

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Análisis de la apreciación del dólar americano y su incidencia en el nivel de ventas del Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán. Periodo 2013- 2017”

Trabajo de titulación previa la obtención del Título de
Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing

AUTOR: José Bolívar Ordoñez Charfuelán

TUTOR: Msc. Freddy Quinde Sari

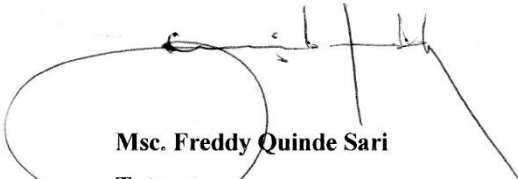
TULCÁN - ECUADOR

2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante José Bolívar Ordoñez Charfuelán con el número de cédula 0400943411 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de la apreciación del dólar americano y su incidencia en el nivel de ventas del Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán. Periodo 2013-2017”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Msc. Freddy Quinde Sari
Tutor



Msc. Marcelo Calhuasqui Cevallos
Lector

Tulcán, 23 de abril de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía. Carrera de Administración de Empresas y Marketing.

Yo, José Bolívar Ordoñez Charfuelán con cédula de identidad número 0400943411 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



José Bolívar Ordoñez Charfuelán

C.C 0400943411

Tulcán, 23 de abril de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, José Bolívar Ordoñez Charfuelán, declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de la apreciación del dólar americano y su incidencia en el nivel de ventas del Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán. Periodo 2013-2017” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



José Bolívar Ordoñez Charfuelán

C.C 0400943411

Tulcán, 23 de abril de 2018

AGRADECIMIENTO

A la Señora; Célica Esperanza Ordoñez, una excelente persona, hermana y amiga, por su ejemplo de mujer emprendedora y su incesante labor diaria para conseguir sus objetivos, además por la apertura e ingreso a su empresa y brindar las facilidades necesarias para la culminación de este informe investigativo, de igual manera al Msc. Freddy Quinde Sari, quien como tutor, docente y profesional me implanto conocimientos para el desarrollo de este informe, gracias por su amplia capacidad académica.

Así mismo, el apoyo y la amistad brindada de mis familiares y amigos que día a día se preocuparon por el bienestar a mi persona durante toda la carrera universitaria.

DEDICATORIA

A: Sofía Charfuelán y José Ordoñez, mis padres quienes me incentivaron a continuar mis estudios universitarios, quienes desde el paraíso deben estar felices observando la culminación con éxito esta carrera de Ingeniería en Administración de Empresa y Marketing, además son las personas que adoraré por siempre.

A mis hermanos Jorge, Esperanza, Carmen, Guillermina y Edgar quienes admiro y respeto por su esfuerzo en sacar adelante a sus familias, gracias por su apoyo y solidaridad brindada ha permitido obtener mi primer objetivo académico.

A: Diana y David, quienes son parte importante de mi vida, porque siempre me han cuidado día a día, y por el ejemplo que ellos me han dado, ya que ha servido para seguir adelante y poder lograr mis metas.

Gracias a Dios porque siempre me bendice y me guía por el camino correcto.

INDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
I. PROBLEMA.....	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	17
1.4.1. Objetivo general.	17
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
1.4.3. Preguntas de investigación.	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	19
2.2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.2.1. Apreciación del dólar.	21
2.2.2. Nivel de ventas como base de investigación.....	25
III. METODOLOGÍA	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	34
3.1.1. Enfoque.....	34
3.1.2. Tipo de investigación.....	34
3.2. IDEA A DEFENDER	35
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	35
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	36
3.4.1. Métodos.....	36
3.4.2. Técnicas.	37
3.4.3. Ficha técnica de investigación.	37
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	38
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39

4.1. RESULTADOS	39
4.1.1. Análisis de la apreciación del dólar americano.	39
4.1.2. Análisis del nivel de venta en Supermercado Rosita.	41
4.1.3. Análisis del nivel de ventas por secciones en Supermercado Rosita.	43
4.2. DISCUSIÓN	59
4.2.1. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en carnes y embutidos.	60
4.2.2. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas de productos de limpieza y aseo.	62
4.2.3. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en sección licores y bebidas.	63
4.2.4. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en sección alimentos y granos.	65
4.3. RESPUESTA AL PROBLEMA PLANTEADO	67
4.4. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	68
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1. CONCLUSIONES	69
5.2. RECOMENDACIONES.....	71
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
VII. ANEXOS.....	80
7.1 Oficio de solicitud para realizar investigación	80
7.2 Oficio de respuesta de Supermercado Rosita.....	81
7.3 Formulario de ficha de observación.....	82
7.4 Formulario de ficha de observación aplicada	83
7.5 Diseño de formulario de encuesta.....	84
7.6 Formulario de encuesta aplicada año 2013	85
7.7 Formulario de encuesta aplicada año 2014.....	86
7.8 Formulario de encuesta aplicada año 2015	87
7.9 Formulario de encuesta aplicada año 2016.....	88
7.10 Formulario de encuesta aplicada año 2017	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Razones de rentabilidad	28
Tabla 2	Análisis de margen de contribucion de un producto o servicio	30
Tabla 3	Razones de gestión o actividad	31
Tabla 4	Operacionalización de variables	36
Tabla 5	Ficha técnica de investigación	38
Tabla 6	Cotización del peso colombiano, periodo 2013-2017.....	40
Tabla 7	Apreciación del dólar americano, periodo 2013-2017.....	41
Tabla 8	Análisis margen de utilidad neta en sección aseo y limpieza	43
Tabla 9	Análisis margen utilidad neta en sección carnes y embutidos	50
Tabla 10	Análisis margen de contribución en carnes y embutidos	51
Tabla 11	Análisis sobre cantidad de pedidos generados en carnes y embutidos	52

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	Enfoque de margen de contribución.....	29
<i>Figura 2</i>	Apreciación del dólar americano. Periodo 2013-2017.....	41
<i>Figura 3</i>	Ventas netas Supermercado Rosita 2013-2017.....	42
<i>Figura 4</i>	Comparativo sobre el nivel de ventas 2013-2017.....	42
<i>Figura 5</i>	Análisis margen utilidad neta en sección aseo y limpieza.....	43
<i>Figura 6</i>	Análisis margen de contribución en sección aseo y limpieza.....	44
<i>Figura 7</i>	Análisis volumen de compras en sección aseo y limpieza.....	46
<i>Figura 8</i>	Análisis sobre el margen de pedidos en aseo y limpieza.....	47
<i>Figura 9</i>	Análisis sobre la retención de clientes en aseo y limpieza.....	48
<i>Figura 10</i>	Análisis sobre cuentas por cobrar en aseo y limpieza.....	49
<i>Figura 11</i>	Análisis margen utilidad neta en sección carnes y embutidos.....	50
<i>Figura 12</i>	Análisis margen de contribución en sección carnes y embutidos.....	51
<i>Figura 13</i>	Análisis sobre el volumen de compras en carnes y embutidos.....	52
<i>Figura 14</i>	Análisis sobre los pedidos generados en carnes y embutidos.....	53
<i>Figura 15</i>	Análisis sobre la rotación de cobrar en carnes y embutidos.....	53
<i>Figura 16</i>	Análisis del margen de utilidad neta en alimentos y granos.....	54
<i>Figura 17</i>	Análisis del margen de contribución en alimentos y granos.....	55
<i>Figura 18</i>	Análisis del volumen de compras en alimentos y granos.....	55
<i>Figura 19</i>	Análisis retención de clientes en alimentos y granos.....	56
<i>Figura 20</i>	Análisis de retención de clientes en alimentos y granos.....	56
<i>Figura 21</i>	Análisis de margen de utilidad neta en licores y bebidas.....	57
<i>Figura 22</i>	Análisis del margen de contribución en licores y bebidas.....	57
<i>Figura 23</i>	Análisis del volumen de compras en licores y bebidas.....	58
<i>Figura 24</i>	Análisis cuentas por cobrar en licores y bebidas.....	58
<i>Figura 25</i>	Apreciación del dólar durante el periodo 2013-2017.....	60
<i>Figura 26</i>	Combinación de variables en sección carnes y embutidos.....	60
<i>Figura 27</i>	Combinación de variables en sección carnes y embutidos.....	62
<i>Figura 28</i>	Combinación de variables en sección limpieza y aseo.....	63
<i>Figura 29</i>	Combinación de variables en sección licores y bebidas.....	64
<i>Figura 30</i>	Combinación de variables en sección licores y bebidas.....	65
<i>Figura 31</i>	Combinación de variables en sección alimentos y granos.....	66
<i>Figura 32</i>	Combinación de variables en sección alimentos y granos.....	67

RESUMEN

La presente investigación muestra la relación directa de las variables apreciación del dólar americano y el nivel de ventas de supermercado Rosita, la recopilación de la información se la realizó mediante la observación y aplicación de encuestas, a través de las cuales se obtuvo respuestas confiables que permitió procesar datos cuantitativos. Ecuador después de convertir el dólar americano en moneda oficial trajo consigo grandes dificultades Geonómicas en la provincia del Carchi, la constante apreciación del dólar americano frente al peso colombiano ocasionó la afluencia masiva de compradores ecuatorianos a Ipiales en busca de productos a precios bajos. Para realizar el análisis sobre el nivel de ventas de supermercado Rosita, se aplicó índices de gestión y control empresarial utilizados para evaluar la productividad, la rentabilidad, el desempeño y la liquidez de las empresas, los utilizados para esta investigación son; margen de utilidad neto, margen de contribución, volumen de compras, calidad de pedidos generados, retención de cartera de clientes frecuentes y rotación de cartera de cuentas por cobrar, estos índices permitió interpretar el comportamiento de las ventas en cada sección de productos.

Para finalizar, durante el desarrollo del proceso investigativo se aplicó el conocimiento científico, llevando a aceptar la idea a defender planteada al inicio de la investigación que señala: “La apreciación del dólar americano incide en el nivel de ventas del supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán”. El resultado de la combinación de variables y el uso de tablas estadísticas permitió interpretar los resultados y por ende finalizar este informe analítico sobre el nivel de ventas de Supermercado Rosita.

PALABRAS CLAVE: Índices, Rentabilidad, Apreciación, Proceso, Ventas.

ABSTRACT

The present investigation shows the direct relationship of the variables: US dollar appreciation and the level of sales of supermarket Rosita, the compilation of the information was done by observing and applying surveys, through which reliable responses were obtained that allowed to process quantitative data. Ecuador after converting the US dollar into official currency brought with it great economic difficulties in the province of Carchi, the constant appreciation of the US dollar against the Colombian peso caused the massive influx of Ecuadorian buyers to Ipiales in search of products at low prices. In order to analyze the level of sales of Rosita supermarket, rates management and business control indices were applied to evaluate the productivity, profitability, performance and liquidity of the companies, the ones used for this research are: net profit margin, contribution margin, volume of purchases, quality of orders generated, retention of frequent client portfolio and portfolio rotation of accounts receivable, these indices allowed to interpret the behavior of sales in each product section. To conclude, during the development of the research process, scientific knowledge was applied, leading to the accept the idea to be defended raised at the beginning of the research, which notes: "The appreciation of the American dollar affects the level of sales of the Rosita supermarket in the city of Tulcan". The result of the combination of variables and the use of statistical tables made it possible to interpret the results and thus finalize this analytical report on the level of sales of Rosita supermarket.

KEYWORDS: Indices, Profitability, Appreciation, Process, Sales.

INTRODUCCIÓN

La dolarización adoptada en Ecuador en el año 2000, permitió controlar la depreciación del sucre debido a inadecuadas decisiones políticas monetarias del gobierno del Dr. Jamil Mahuad, lo que permitió solucionar en parte los inconvenientes económicos y financieros de los ecuatorianos.

La presente investigación se basa en el análisis de las variables apreciación del dólar americano y el nivel de ventas, siendo este un tema de discusión para los comerciantes, propietarios y gerentes de locales comerciales, tiendas y supermercados de la ciudad de Tulcán, como principales involucrados en este grave problema socioeconómico que aqueja en la zona fronteriza de Ecuador y Colombia.

Para el 2015, el Banco de la República de Colombia reportó en su historial la cotización más alta de 31,64% de apreciación del dólar americano con relación al peso colombiano. Esta constante apreciación del dólar trajo consigo graves consecuencias económicas para la zona comercial del Tulcán. Este diferencial cambiario originó la mayor afluencia de consumidores ecuatorianos a la ciudad de Ipiales en busca de productos muchísimos más baratos.

La realización de esta investigación toma como base investigativa la documentación histórica de la cotización oficial del peso colombiano como aporte para medir la apreciación del dólar durante el periodo 2013-2017, datos empalmados y promediados al final de cada año como referencia para cada año de estudio.

Para conocer el nivel de ventas de Supermercado Rosita se utilizó índices financieros de control y gestión empresarial como; margen de utilidad neto, margen de contribución, volumen de compras, cantidad de pedidos generados, retención de cartera de clientes frecuentes y rotación de cartera de cuentas por cobrar, estos indicadores permitieron buscar alternativas que se ajusten a los datos numéricos recopilados después de la aplicación de las encuestas al gerente propietario de Supermercado Rosita. Además, la utilización de información económica de carácter confidencial de Supermercado Rosita hace que los resultados obtenidos sean verídicos que se apegan a la realidad.

El proceso investigativo para conocer los resultados finales se desarrolló mediante la utilización de herramientas, técnicas e instrumentos estadísticos necesarios para realizar un análisis sistemático sobre la “Apreciación del dólar americano y la incidencia en el nivel de ventas de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán.

El cumplimiento de los objetivos planteados como; fundamentar, aplicar, analizar y ejecutar el proyecto como también la aceptación de la idea a defender de la investigación cumple las expectativas generadas por conocer los resultados de las incidencias y variaciones del nivel de ventas en Supermercado Rosita.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador al inicio del año 2000, transformó su economía monetaria del Sucre a Dólar, mediante el proceso de convertibilidad se adoptó al dólar americano como moneda oficial debido a una serie de malas decisiones políticas y económicas del gobierno del Dr. Jamil Mahuad, presidente del Ecuador de ese entonces, estas medidas económicas ocasionaron una severa crisis económica debido a la apreciación del dólar americano frente a un devaluado sucre.

Según en el artículo publicado por Calderón, (2011):

La devaluación del sucre, el aumento de las tasas de interés y de los precios de bienes, productos y servicios, la inestabilidad monetaria repercutió en la liquidez del mercado financiero ecuatoriano causando un déficit monetario a varios sectores sociales principalmente a la clase social baja, debido al aumento de la inflación, el desempleo y la disminución de pagos por concepto de sueldos, pensiones y salarios.

Además, Ray & Kozameh, (2012) manifiestan:

En 2009, la balanza comercial de Ecuador cayó a territorio negativo por primera vez en cinco años cuando los precios del petróleo se desplomaron en todo el mundo. Como respuesta, Ecuador implementó una serie de medidas temporales de salvaguardias aprobadas por la OMC, aumentando las tarifas en el 8,7 % de las líneas arancelarias, las cuales constituyeron en 23% de los ingresos en el 2008. Las restricciones en las importaciones en el 2009, resultó el peor déficit en la cuenta corriente y el primer déficit comercial de bienes desde 2002.

La dolarización en el Ecuador muestra que los resultados económicos obtenidos durante 10 años no han generado gran expectativa en varios sectores comerciales y productivos, debido a factores macroeconómicos que han impedido el fortalecimiento de la economía ecuatoriana principalmente en la zona fronteriza de Ecuador y Colombia.

En la provincia del Carchi, el intercambio comercial empeoró significativamente para las micro, medianas y pequeñas empresas (MYPIMES), el diferencial cambiario y la continua apreciación del dólar americano con relación al peso colombiano ha sido una constante preocupación para los comerciantes locales que se han visto afectados por la disminución

de las ventas y de la escasa afluencia de consumidores locales y extranjeros a sus locales comerciales y supermercados de la ciudad de Tulcán.

Para el 2016, El Banco de República de Colombia reportó la cotización máxima de \$ 3.149,47 pesos colombianos por dólar, lo que generó la masiva afluencia de compradores ecuatorianos a Ipiales, ciudad fronteriza con Ecuador, impulsados por el auge comercial y la necesidad abastecerse de productos de primera necesidad y mercadería a buenos precios, obligando a los empresarios de locales comerciales a cerrar sus puertas y perder competitividad con empresas colombianas.

Adicionalmente, otros factores negativos que afectan las actividades comerciales en el Carchi fue el aumento del IVA (Impuesto al valor agregado) del 12 al 14%, la implementación de las salvaguardias a las importaciones en la frontera, esta última medida poco contrarrestó la competencia desleal y el contrabando de artículos personales, de limpieza, licores, bebidas, gaseosas, embutidos, cigarrillos y productos básicos.

Para Supermercado Rosita, la apreciación del dólar americano ha ocasionado variaciones en el nivel de ventas en todas sus secciones de productos, lo que ha generado temas de discusión y análisis sobre su inestabilidad económica, esta microempresa familiar por más de 19 años se ha convertido en uno de los supermercados más importantes de la ciudad de Tulcán, generando plazas de empleo y dinamizado la economía local mediante la comercialización de productos de primera necesidad a todo público.

En definitiva, el problema sobre el que responde esta investigación fue la apreciación del dólar y su incidencia en el nivel de ventas de Supermercado Rosita, ya que en la ciudad de Tulcán no se cuenta con información específica que permita generar acciones que conlleven a la toma de decisiones por parte del gerente, la escasa afluencia de compradores extranjeros principalmente colombianos a su negocio, ha generado en sus ventas un desequilibrio económico durante los últimos 10 años.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incidió la apreciación del dólar americano en el nivel de ventas del Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación permitirá recopilar los conocimientos científicos necesarios para fundamentar los conceptos relacionados con; la apreciación del dólar y su incidencia en el nivel de ventas, basándose en resultados cuantitativos y la utilización de técnicas y métodos descriptivos obtener un informe analítico e innovador que beneficie al gerente de Supermercado Rosita.

Los resultados estadísticos propuestos en esta investigación sobre las variables en estudio serán obtenidos mediante la aplicación de índices financieros como margen de utilidad neta, margen de contribución, volumen de compras, índices de pedidos generados, de rotación de clientes y rotación de cuentas por cobrar, lo que permitirá conocer cuál fue la incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas durante el periodo 2013-2017.

Es necesario mencionar que la información obtenida es confiable y relevante en bases a la aplicación de encuestas dirigidas al contador y gerente de la empresa, de igual manera, el aporte de datos históricos sobre el comportamiento de la moneda colombiana permitirá consolidar esta investigación como aporte esencial para la toma de decisiones y correctivos para el correcto funcionamiento de Supermercado Rosita.

Por último, este informe investigativo aportar a la sociedad con emprendimiento, ideas innovadoras, capacidades humanísticas y transferencia tecnológica para desarrollar proyectos encaminados al progreso de la región fronteriza ecuatoriana-colombiana, de igual manera servirá como insumo académico universitario a los estudiantes y docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, con información de gran impacto socio económico.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general.

Analizar la apreciación del dólar americano y su incidencia en el nivel de ventas de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán. Periodo 2013-2017.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas, con datos históricos e información bibliografía relevante.
- Aplicar encuestas que permita obtener datos primarios que serán utilizados en el análisis del nivel de ventas de Supermercado Rosita, periodo 2013-2017.
 - Relacionar la apreciación del dólar americano con el nivel de ventas de Supermercado Rosita a través de índices financieros.
 - Presentar un documento analítico de resultados y discusión que sistematice la información procesada en el periodo 2013-2017.

1.4.3. Preguntas de investigación.

- ¿Cómo se relaciona la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas en sección de Carnes y embutidos?
- ¿Cómo se relaciona la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas en sección de Aseo y limpieza?
- ¿Cómo se relaciona la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas en sección de Alimentos y granos?
- ¿Cómo se relaciona la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas en sección de Licores y bebidas?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En los últimos años, se han realizado varias investigaciones sobre la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas, el estudio de estas variables como incidencia en las actividades de comercio en la ciudad de Tulcán, para ello la relación con el tema de investigación propuesto y como antecedente sobre el estudio “Análisis de la situación comercial fronteriza Tulcán-Ipiales en el periodo. Enero-septiembre 2015” (Avila, 2015). Cuyo objetivo permitió analizar la situación comercial entre las ciudades de Tulcán-Ipiales, sus consecuencias de la alta cotización del peso colombiano ha permitido que los comerciantes minoristas de Ipiales mejoren sus ganancias debido a la bonanza comercial que se vivía en esta ciudad, ya que la mayoría de los consumidores provienen de Ecuador, de igual manera se observó al mercado ecuatoriano como los índices económicos disminuyeron de forma desmesurada sus ganancias.

De igual manera, se tomó como referencia la metodología utilizada en la siguiente investigación “La devaluación de la moneda en Colombia y Perú y su incidencia en la balanza comercial de Ecuador con dichos países en el período 2014-2015” (Arbeláez, 2016). Esta investigación tiende a determinar el impacto que tiene la devaluación del peso colombiano frente al dólar americano, en las ventas y rentabilidad de los pequeños negocios establecidos en el cantón Tulcán, y el efecto de las medidas tomadas por el gobierno ecuatoriano, para ello se investigó la variación del volumen de ventas de los pequeños negocios de Tulcán por causa de la devaluación del peso frente al dólar y los posibles efectos en que ocasionaron a los pequeños empresarios del cantón Tulcán por causa de la devaluación del peso, de igual manera esta investigación es de carácter explicativo; el empleo del método analítico y los métodos deductivo e inductivo lo que le permitieron partir de un plano general, además, analizó cuál fue la evolución de las exportaciones e importaciones desde Ecuador hacia Colombia y Perú durante el periodo de estudio.

Con la devaluación del peso colombiano como índice económico permitió analizar la apreciación del dólar, el comportamiento en la tasa de cambios y el nivel de afectación de la economía en la ciudad de Tulcán, para ello se tomó en cuenta el estudio sobre: “Impacto de la devaluación del peso colombiano en la aplicación de salvaguardias, como medida de

sostenibilidad de la escuela económico ecuatoriano” (Ulloa & Meza, 2016). Esta investigación muestra el impacto de la devaluación del peso colombiano en la aplicación de salvaguardias impuestas por Ecuador como medida para proteger a los pequeños comerciantes, su enfoque se centró en identificar las posibles causas de la apreciación del dólar, el beneficio de las exportaciones y la aplicación salvaguardias por la balanza de pagos, su resultado muestra la comparación de sus variables económicas con la aplicación de políticas restrictivas y sobretasas arancelarias.

Partiendo sobre el nivel de ventas, existe indicadores financieros que permiten conocer mediante los análisis financieros el estado de la empresa, para ello el estudio sobre: “El análisis financiero y su aplicación en el diagnóstico de la pequeña empresa. Caso particular: Oxigenasa. Periodo 2007-2008” (Noboa, 2011). Este aporte permitió conocer los distintos índices financieros que se pueden emplear en análisis financiero sobre las pequeñas empresas, para lo cual parte de la investigación cuantitativa y la recolección de información de los estados financieros, posteriormente la aplicación de índices financieros para obtener datos confiables que permitieron tomar decisiones por parte de los gerentes.

De igual manera, el aporte investigativo sobre la administración financiera permitió conocer las herramientas de medición para la combinación de datos históricos de los estados financieros para la toma de decisiones, para ello se tomó como antecedente a la siguiente investigación: “Herramientas administrativas y financieras para la toma de decisiones a corto plazo y aplicación en la empresa productora de insumos plásticos bananeros INPLASBAN S.A, de la ciudad de Durán, 2014” (RomoLeroux, 2015). La importancia del uso de herramientas administrativas y financieras, dentro de procesos internos administrativos contables, para una buena toma de decisiones a corto plazo. La aplicación de la contabilidad de costos, indicadores financieros, planeación y controles administrativos conllevan a cualquier empresa, tomar las mejores decisiones a corto plazo relativas a optimizar recursos y rendimientos.

2.2. MARCO TEÓRICO

Para fundamentar la siguiente investigación sobre la apreciación del dólar americano se tomó en cuenta la teoría cuantitativa del dinero propuesta por Irving Fisher, el cual propone que el dinero es el primer elemento clave del enfoque monetarista y afirma que el cambio de los precios en un indeterminado plazo, dependen fundamentalmente a la oferta y demanda de dinero.

De igual manera Fisher (1911), menciona que la paridad del dinero es una apreciación de un activo en términos monetarios de parecidas condiciones sea de plazo, riesgo y liquidez entre dos países, se diferencia entre los tipos de interés de uno u otro activo lo que la denomino tasa esperada de apreciación o depreciación de la moneda de uno con respecto de la del otro. Dentro de este contexto se considera que disminuye la demanda y aumenta la oferta de divisas, así también el tipo de cambio, disminuye el equilibrio del mercado produciendo la apreciación de la moneda, en este caso el dólar americano adquiere más valor frente a la moneda colombiana.

2.2.1. Apreciación del dólar.

La ventaja de devaluar la moneda por parte de los países como; Chile, Perú, Brasil, México y Colombia permite mejorar sus economías, sus exportaciones ayuda a mejorar su competitividad frente a otros, la fluctuación de los tipos de cambio determina el decremento e incremento de sus exportaciones, en cambio para Ecuador la apreciación del dólar ha conducido a la pérdida de competitividad en los mercados internacionales y ha permitido que las importaciones sean más atractivas en el mercado nacional.

Si bien, Ecuador un país dolarizado desde el 2000, ha mantenido su modelo económico y pretende utilizar al dólar como moneda oficial por mucho tiempo, la constante apreciación del dólar se evidencia en la escasa demanda de productos ecuatorianos en el exterior, lo que ha afecta directamente a la oferta monetaria, la exportación, la inflación y el Producto Interno Bruto (PIB).

La dolarización en Ecuador: Según (Paredes, 2004), afirma el proceso de la dolarización como: "Un simplemente método mediante el cual la moneda de uso corriente en Ecuador dejó de ser el Sucre y pasó a ser el dólar. En consecuencia, todo tiene que ser expresado en la nueva moneda, salarios, precios, cuentas bancarias" (pág. 18).

Esta conceptualización permite tener un panorama más real de cómo se transformó el dólar en una moneda circulante y de manera oficial en Ecuador, su convertibilidad de 25000 sucres por dólar terminó con la especulación del valor del sucre en un mercado informal. En el mismo contexto: Es la sustitución total e inmediata de la moneda local por la extranjera, fijándose los contratos, salarios y precios y a través del dólar, si ocurre por el lado de la demanda por definición estaríamos hablando de dolarización informal, siendo este un proceso espontáneo de los inversionistas que se refugian en una divisa fuerte, aunque no sea de circulación legal (Banco Central de Ecuador, 2018). Para finalizar, la apreciación del dólar, mediante la dolarización en Ecuador ha generado estabilidad económica, disminución del desempleo, y desarrollo de sectores estratégicos a nivel nacional permitiendo mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Ventajas y desventajas de la dolarización en Ecuador: Después de la convertibilidad monetaria del dólar por el sucre es necesario e imprescindible conocer cuáles son las ventajas y desventajas causadas por esta transformación monetaria, las mismas que serán descritas sin profundidad debido que no es objetivo de estudio.

Ventajas de la dolarización:

- La inflación, se notará un incremento del proceso de nivelación de precios debido a la oferta y demanda de los bienes y servicios.
- Tasas de interés internas se ajustarán a los niveles internacionales.
- Se elimina el riesgo de la devaluación monetaria, lo que permitirá acceder a financiamiento de créditos financieros.
- Aumento de la productividad de las empresas, ya que podrán reducir sus costos

Desventajas de la dolarización:

- El gobierno nacional no puede devaluar la moneda o financiar el déficit presupuestario.
- Pérdida de flexibilidad en la política monetaria.
- El país dolarizado no puede emitir dinero.
- Problemática de shocks externos, afectaciones que obligan a ajustes y medidas económicas.

La apreciación monetaria: se considera apreciación de la moneda, al aumento de la demanda en un mercado de divisas, por lo tanto (Kozikowski, 2013), afirma:

Con la apreciación de la moneda aumenta la competencia extranjera en el mercado interno, es decir la depreciación de la moneda de un país gana valor monetario con respecto a las monedas extranjeras y aumenta las inversiones en un sistema cambiario flotante. (pág. 5)

Es necesario resaltar que la apreciación de la moneda en Ecuador principalmente en la zona fronteriza con Colombia, ha causado un impacto negativo en los sectores comerciales de Tulcán, la disminución del comercio debido a la gran demanda de la moneda colombiana en el sistema cambiario de divisas por efectos de su constante devaluación.

Según (De Gregorio, 2007) manifiesta:

La apreciación de una moneda se conoce también como el fortalecimiento de una moneda local con relación a otra en términos monetarios, esto se debe al aumento del tipo cambio, este aumento causa una depreciación, es decir, una pérdida de valor de la moneda extranjera. (pag. 47)

Cálculo de la apreciación monetaria: Para establecer el cálculo de la apreciación monetaria, en este caso: entre dólar (USD) con relación al peso colombiano (COP), se debe obtener datos estadísticos del tipo de cambio nominal entre el peso y el dólar, su valor es definido a través de las siguientes fórmulas:

Cálculo en variaciones porcentuales:

$$\frac{TCN_1}{TCN_2} - 1 \times 100$$

Donde:

TCN_1 = Tipo de cambio nominal año base

TCN_2 = Tipo de cambio nominal año anterior

Depreciación monetaria: Es importante mencionar que la depreciación de la moneda es la caída del precio de la moneda con relación a otra. La depreciación de la moneda se refiere a la pérdida de valor de una moneda de modo que su valor relativo en comparación con la otra moneda se ha reducido, en finanzas internacionales, es la reducción del valor de paridad de una moneda (Banco de la República-Colombia, 2015). En nuestro contexto la apreciación del dólar (USD) hace que el peso (COP) pierda valor con relación al dólar, es decir, los bienes colombianos se hacen relativamente más baratos y sube el precio de los bienes en Ecuador por lo general sube el tipo de cambio real.

Oferta monetaria: Para conceptualizar este enunciado es necesario conocer la principal relación del precio con la cantidad ofertada, para ello; la oferta de dinero o masa monetaria, en macroeconomía, es la cantidad de dinero disponible en

una economía para comprar bienes, servicios y títulos de ahorro, en un momento determinado, la oferta monetaria es determinada de manera conjunta por el sistema bancario privado y el Banco Central del país. (Amaya, 2016). No obstante, podemos determinar que la oferta monetaria está relacionada directamente con la capacidad de dinero que dispone una economía para poder demandar productos o servicios en un determinado mercado.

Demanda monetaria: Los demandantes de dólares son aquellos que compran divisas en monedas extranjeras para realizar inversiones y otras actividades de comercio.

La demanda de dinero es la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de compra permanecen constantes... La demanda depende de los precios de los bienes relacionados (sustitutos y complementos), de los precios esperados en el futuro del ingreso, del ingreso esperado en el futuro y el crédito, de la población y de las preferencias. (Parkin & Loria, 2010, págs. 59-63)

En el contexto local, la mayor demanda de moneda colombiana hace que el tipo de cambio fluctúe dentro del mercado de divisas, esto permite los consumidores ecuatorianos demanden la moneda extranjera para realizar compras en Colombia.

Mercado de divisas: Es importante conocer que la realización de un intercambio de dinero es prescindible mantener la oferta y demanda de divisas que conlleva a hacer intercambios de dinero, sea en transacciones financieras o en efectivo, lo que se determina como: “Mercado de divisas o mercado de cambios es donde se establece el valor de las monedas en que se van a realizar las transacciones internacionales” (Ballesteros, 2010, pág. 230). Esto sucede cuando una o varias monedas mantienen gran oferta y demanda en el mercado cambiario, donde la transacción monetaria se la realiza de acuerdo con las condiciones del ofertante y demandante.

Tipos de cambio: El tipo de cambio se define como el precio de una moneda con respecto a otra, además, es el precio resultante del equilibrio de la oferta y la demanda de una divisa respecto de otra en los mercados de divisas.

Tipo de cambio directo: expresa el precio de la moneda extranjera en términos de la moneda nacional. TC(COP/USD). Ejemplo: 2300COP/USD. De igual manera el tipo de cambio indirecto expresa el precio de la moneda nacional en términos de la moneda extranjera. TC(USD/COP). Ejemplo: 0,000505 USD/COP (Delgado, 2014, pág. 32).

Para realizar transacciones entre varias divisas es necesario conocer el tipo de cambio para lo que permite adquirir divisas a menor precio para obtener beneficios a un intermediario.

Política monetaria: Después de la dolarización, Ecuador mantiene una disponibilidad de circulante de dinero vinculado directamente con la balanza de pagos, por lo tanto: “la política monetaria es la disciplina de la política económica que controla los factores monetarios para garantizar la estabilidad de precios y el crecimiento económico” (Banco Central Europeo, 2015). La política monetaria implementada por el Banco Central del Ecuador, permite mantener estabilidad monetaria, el control y la circulación de billetes y monedas fraccionarias evitando un estancamiento económico, el respaldo al sistema financiero ecuatoriano permite solventar la liquidez financiera con políticas que regulen el ajuste del valor del dinero en el mercado, lo que le permite dirigir la economía y alcanzar sus objetivos macro económicos, de igual manera implementa políticas mediante factores que controlen la inflación, reduzcan el desempleo y conseguir el crecimiento económico.

2.2.2. Nivel de ventas como base de investigación.

El nivel de ventas se fundamenta bajo la Teoría de la Inversión en Valor (Value Investing), propuesta por Benjamín Graham (1928), el cual consiguió modelar el método de inversión basado en la lógica, el razonamiento crítico y en el análisis financiero, su teoría propone que una operación de inversión después de un análisis exhaustivo promete una seguridad del capital y una rentabilidad satisfactoria para la empresa, las operaciones que no cumplen con estos requerimientos son especulativas.

Para determinar el comportamiento del nivel de ventas es necesario aplicar las herramientas necesarias que permitan obtener un análisis de la información financiera de Supermercado Rosita, para ello se conocer es necesario conceptualizar lo siguiente:

- ¿Qué es análisis financiero?
- ¿Qué es estados financieros?
- ¿Qué es índices financieros?

Análisis financiero: Para conocer la situación actual de Supermercado Rosita y mejorar su situación financiera mediante la toma de decisiones, es necesario conocer la información contable que permita tomar los correctivos necesarios.

El análisis financiero, se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio, esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, índices y

estados financieros complementarios o auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma ayudando a los administradores, inversionistas y acreedores a tomar sus respectivas decisiones. (Prieto, 2010a, pág. 17)

Bajo esta perspectiva, Los resultados obtenidos serán interpretados por el gerente de Supermercado Rosita para redireccionar el funcionamiento de la empresa, estas acciones permitirán tomar acciones adecuadas en cada departamento que mantenga resultados críticos que pongan en riesgo su funcionamiento.

Relacionando con los datos anteriormente, los análisis financieros se muestran en relación de la rentabilidad, liquidez y capacidad de pago de una empresa, para lo cual se cita lo siguiente:

El análisis financiero tiene como objetivo brindar información oportuna para la toma de decisiones gerenciales dentro de las organizaciones y definir estrategias que aumenten sus probabilidades de éxito futuro, sus estrategias son en función de: rentabilidad que es la capacidad para producir y multiplicar riqueza y bienestar económico a los accionistas o socios de la empresa.

La liquidez de la empresa para cumplir con sus compromisos de corto plazo (menos de 12 meses). De igual manera la capacidad de pago para cumplir con las deudas/compromisos de largo plazo, y por último su nivel adecuado de endeudamiento de la organización en relación con su crecimiento e independencia financiera de bancos y otros acreedores. (Scanprogram, 2015)

Una vez realizado el análisis de los estados financieros es necesario presentar un informe a los accionistas y personas interesadas como el mismo gerente de la empresa, los acreedores o inversionistas, este informe normalmente se maneja de forma anual y debe proporcionar documentación de las actividades financieras de la empresa e incluir una carta escrita de manera objetiva acompañada de los estados financieros como; balance general, estado de pérdidas y ganancias, estado de patrimonio y estado de flujo de efectivo.

Estados financieros: Para poder llevar acabo su función se requiere de un conocimiento completo y profundo de la esencia de los estados financieros, las partidas que los conforman, sus problemas y limitaciones.

Se considera básicos, dentro de los estados financieros, el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, además existen otros varios estados, pero para efecto de análisis financiero se consideran auxiliares o complementarios.

Balance general: representa la situación de los activos y pasivos de una empresa, así como también el estado de su patrimonio.

Estado de pérdidas y ganancias: Muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o la pérdida resultante de las operaciones de una empresa durante un periodo de tiempo determinado

Índices financieros: Para realizar un análisis financiero se debe aplicar métodos de medición que permita conocer el estado actual de Supermercado Rosita.

La aplicación de índices, ratios o razones financieras constituye un factor decisivo para cada proceso sea de producción, logístico y financiero, de igual manera, es necesario implementar un sistema adecuado de indicadores para medir la gestión de procesos con el fin de que se puedan efectuar indicadores que reflejen resultado óptimo a mediano y largo plazo. (Beltrán, 2005, pág. 89)

Actualmente, las empresas tienen grandes vacíos en la medición del desempeño de las actividades logísticas, abastecimiento y distribución a nivel interno (procesos) y externo (satisfacción del cliente final). Sin duda, lo anterior constituye una barrera para la alta gerencia, en la identificación de los principales problemas y cuellos de botella que se presentan en la cadena logística y que perjudican ostensiblemente la competitividad de las empresas en los mercados y la pérdida paulatina de sus clientes.

Otro concepto sobre el uso de índices, razones o ratios financieros (KPIs) presenta una idea clara para su uso: “Los índices de gestión y control financiero permiten a las organizaciones medir, controlar, gestionar y sobre todo mejorar sus procesos de negocio clave o core business” (Marco, 2017). De igual manera se complementa este concepto mediante: “El uso de técnicas de análisis financiero ha adquirido una gran relevancia dada su capacidad informativa, complementando y ampliando considerablemente desde una perspectiva analítica la información que proporcionan cifras absolutas”. (Eslava, 2010, pág. 73)

Por lo tanto, el uso de los estados financieros brinda la información necesaria para la aplicación de estos métodos de medición lo que permitirá obtener resultados relevantes para la toma de decisiones en la empresa:

Son los que se obtiene del balance general y de estado resultados, orientando al analista que desee organizar una investigación no solamente dentro del contexto del análisis financiero, sino también a conveniencia para análisis estructural general de una entidad o empresa con o sin ánimo o lucro, entidad oficial, semioficial, etc. (Estupiñan & Estupiñan, 2012, pág. 287)

A continuación, para obtener un análisis de los índices control y de gestión financiera sobre el comportamiento del nivel de ventas de Supermercado Rosita, se cita los índices

que se relacionan directamente con la variable de estudio, cabe indicar que dentro de la administración financiera existen un sin número de indicadores financieros. Para este análisis financiero se menciona los siguientes:

- Razones de rentabilidad
- Razones de gestión o actividad

2.2.2.1 Razones de rentabilidad.

El concepto técnico de calidad representa más bien una forma de hacer las cosas en las que, fundamentalmente predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar día a día procesos y resultados. Hoy en día se introduce el concepto de mejora continua en cualquier organización y a todos los niveles de esta, entre los indicadores de rentabilidad se pueden mencionar los siguientes:

Tabla 1 Razones de rentabilidad

Razones de rentabilidad	Indicador
Margen utilidad neta	$\frac{\text{Ventas} - (\text{costo fijo} + \text{costos variables})}{\text{Ventas}}$
Margen de contribución	$\frac{\text{Ventas} - \text{costos variables}}{\text{Ventas}}$
Margen sobre el volumen de compras	$\frac{\text{Valor de compras al año}}{\text{Total de ventas al año}}$

Fuente: Análisis financiero - Carlos Prieto, 2010

Margen de utilidad neta (MUN): Para ello se menciona que el MUN: “Esta influido por el costo de ventas, gastos operacionales, ingresos y egresos no opeacionales y la provision para impuesto a la renta, este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporadicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio”. (Ortiz, 2011, pág. 206).

El margen de utilidad neta, La aplicación de este índice permite conocer la utilidad neta por cada dólar de venta, se calcula dividiendo la utilidad neta sobre las ventas, para efecto se utiliza la siguiente fórmula:

$$MUN = \frac{\text{Ventas} - (\text{Costos fijos} + \text{Costos variables})}{\text{Ventas}}$$

Para el cálculo de este indicador se debe relacionar las ventas totales de la empresa y la utilidad neta respectivamente obtenida de la resta de los costos fijos y costos variables, cabe señalar que estos son los primeros datos de rentabilidad que necesitan las empresas para medir su efectividad operacional.

Margen de contribución (MC): Consiste en asignar un margen de contribución al precio de venta, de esta manera permite medir el rendimiento de la empresa utilizando siguiente la fórmula:

$$MC = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos variables}}{\text{Ventas}}$$

Como se puede observar en la figura 1, se explica de manera más sencilla el MC, en el cual, se observa que los ingresos por las ventas cubren en primera instancia los costos variables o costos de producción (materia prima, materiales, suministros, insumos, etc.) y se asigna un rubro de utilidad deseada, denominada “margen de contribución”, el mismo que cubrirá los costos fijos y dará un margen de utilidad de operación (Ramirez, 2008). Para la obtención de utilidad mediante el margen de contribución se debe cumplir algunas condiciones básicas por parte de las empresas, estas son las principales: el precio de venta por unidad sea mayor que el costo variable por unidad y el volumen de ventas sea lo suficientemente grande para que se genere un margen de contribución que sea mayor a los costos fijos.

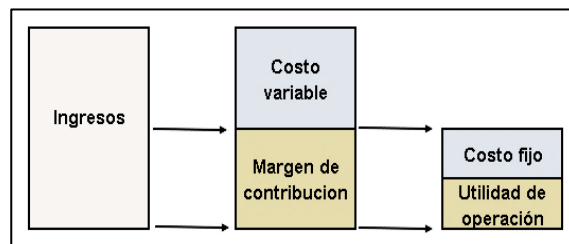


Figura 1 Enfoque de margen de contribución
Fuente: Ramírez Padilla David Noel, 2008

De igual manera la siguiente afirmación contribuye a deducir el concepto de margen de contribución:

El margen de contribución unitario es calculado a partir de restar del precio de venta neto, los gastos y costos variables unitarios del producto o servicio, esta cifra indica los dólares que quedan por unidad vendida para cubrir los costos y gastos fijos del negocio. Es decir, para que un producto o un servicio generen una contribución marginal, el precio de venta unitario debe ser mayor que sus costos y gastos variables por unidad, para que dicho servicio o producto genere utilidades operativas, su margen de contribución total debe ser igual al margen de contribución unitario, para exista cubrimiento de los gastos fijos y costos totales por las unidades vendidas debe ser siempre positivo. (Uribe, 2011, pág. 161)

Para realizar el análisis de rentabilidad que genera el margen de contribución en un momento determinado, es necesario conocer los siguientes parámetros:

Tabla 2 *Análisis de margen de contribucion de un producto o servicio*

Margen de contribución	Producto:
• 0% al 15%	No competitivo
• 15% al 30%	Poco competitivo
• 30% o superiores	Competitivo

Fuente: Indicadores de competitividad IDITS, 2010

El margen de contribución puede clasificar los rangos de competitividad para las empresas según el ambiente en que se desenvuelvan, por lo tanto, si el margen de contribución en un momento determinado, está entre 0% y 15% el sector es no es competitivo, si se encuentra entre 15% y 30% el entorno es poco competitivo y para valores superiores al 30% se considerará que el sector es competitivo (Idits, 2010). De igual manera cabe mencionar si el resultado es positivo, contribuirá en la absorción de los costos fijos, al contrario, si es negativo se elimina de la cartera por razones estrictamente económicas.

Margen sobre el volumen de compras (MVC): La aplicación de este tipo de indicador permite mejorar los beneficios, evaluar la eficiencia y el rendimiento del departamento de compras.

Este índice está diseñado en función de evaluar y mejorar continuamente la gestión de compras y abastecimiento como factor clave en el éxito de la gestión de la cadena de suministros en la empresa, donde se puede controlar aspectos del proceso de compras como de las negociaciones y alianzas estratégicas hechas con proveedores. (Mora, 2012, pág. 22)

Este índice permite controlar el crecimiento de las compras, por lo tanto, la aplicación de su fórmula del MC, es el resultado del coeficiente de las compras netas sobre el valor de las ventas totales, estos datos son obtenidos a través de los reportes anuales del departamento de compras, aplicación de la fórmula:

$$MVC = \frac{\text{Compras netas}}{\text{Ventas totales}}$$

Este índice permite tomar acciones más acertadas para la compra de productos con proveedores que cumplan elementos importantes en las negociaciones.

2.2.2.2. Razones de gestión o actividad.

Este tipo de indicadores miden la rapidez con que los inventarios o las cuentas por cobrar se convierten en efectivo, técnicamente son un complemento de las razones de liquidez ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva

cuenta por cobrar, de clientes y pedidos, necesitan para convertirse en operativas, específicamente miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos (Beltrán, 2005).

Para analizar el nivel de ventas de supermercado Rosita se utilizará las siguientes: rotación de las cuentas por cobrar, retención de cartera de clientes frecuentes y cantidad de pedidos generados.

Tabla 3 Razones de gestión o actividad

Razones de gestión o actividad	Indicador
Índice de cantidad de pedidos generados	Pedidos generados sin problema / Total de pedidos generados al año
Índice de retención de clientes frecuentes	Totales clientes que se repiten en el año / Totales clientes que compran al año
Índice de rotación de cuentas por cobrar	Cuentas por cobrar a clientes / Ventas netas a crédito

Fuente: Indicadores de gestión. Jesús Beltrán, 2005

Índice de cantidad de pedidos generados (CPG): Para que una empresa brinde un buen servicio se debe conocer las manifestaciones de los clientes, para ello es necesario disponer de proveedores con un amplio portafolio de productos (mix de productos) que solucionen sus expectativas generadas de los mismos. De igual manera la empresa debe exigir a sus proveedores la mejor calidad de sus productos, el cumplimiento de entrega de pedidos en tiempo y fechas establecidos y por último precios accesibles al mercado.

Los indicadores de cantidad de pedidos generados, permiten conocer los costos de los problemas inherentes a la generación errática de pedidos, como: esfuerzo del personal de compras para identificar y resolver problemas, costo del lanzamiento de pedidos erróneos, incremento del costo de mantenimiento de inventarios, pérdida de ventas, entre otros aspectos. (Quintero, 2011, pág. 45)

Por consiguiente, este indicador cumple la efectividad de los pedidos de mercadería realizados a proveedores y el envío de mercadería de los proveedores a sus clientes sin problema alguno, se mide en porcentajes en un determinado tiempo y que no generan retrasos de entrega, para ello se debe conocer también el total de pedidos generados por el departamento de compras mediante la aplicación de la fórmula:

$$CPG = \frac{\text{Total pedidos generados sin problema}}{\text{Total de pedidos generados al año}}$$

Índice de retención de clientes frecuentes (RCF): Para medir la tasa de retención de clientes en toma como referencia el siguiente concepto el cual indica que; “La tasa de satisfacción y fidelidad del cliente hacia la empresa se obtiene mediante el resultado del cociente entre el total de clientes que se repiten realizando compras y el total número total de clientes activos en un periodo de tiempo determinado” (Sainz de Vicuña, 2010, pág. 158).

Para el cálculo del índice de cartera de clientes frecuentes se lo realiza mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$MCCF = \frac{\text{Total clientes frecuentes}}{\text{Total clientes al año}}$$

Existen factores importantes para la medición de la fidelidad y de la tasa de retención de clientes:

El diseño de estrategias de promoción de precios muy agresiva permitirá captar muchos clientes rápidamente, este tipo de cliente viene en busca de gangas, descuentos y promociones, es probable que si este cliente encuentra productos más bajos se corre el riesgo de perderlo, este cazador de gangas nos dejará en cuanto encuentre un producto más barato., por lo tanto, esta acción costará dinero y nunca serán clientes rentables para la empresa. (Ojeda, 2016, pág. 76)

Este indicador mide porcentualmente la eficacia en la retención de clientes por parte de la empresa, relacionando el total de clientes que efectúan. Para la aplicación de este índice es necesario conocer la cantidad de clientes frecuentes que ingresan por el total de clientes al año.

Índice de rotación de cuentas por cobrar (RCC): Para Supermercado Rosita, este índice le permite determinar los valores pendientes por cancelar de las ventas realizadas a crédito a sus clientes, en términos porcentuales. El siguiente enunciado afirma que: “Este indicador establece los valores registrados en cuentas por cobrar, en promedio, y en un periodo determinado de tiempo generalmente un año” (Prieto, 2010b, pág. 71).

La aplicación de la siguiente fórmula permitirá conocer los porcentajes que giran las cuentas por cobrar en un determinado periodo para recuperar el efectivo de sus ventas a crédito.

$$RCC = \frac{\text{Cuentas por cobrar a clientes}}{\text{Ventas netas a credito anual}}$$

En el mismo contexto, el índice de la rotación de las cuentas por cobrar mide la capacidad con la que los clientes pagan sus facturas, por concepto de ventas a crédito, esta relación permite considerar la siguiente afirmación:

La relación entre ventas a crédito y cuentas por cobrar pueden expresarse como la rotación de cuentas por cobrar, este índice se calcula al dividir las cuentas por cobrar a clientes sobre el total de las ventas netas a crédito, es importante considerar que el cálculo se lo puede realizar mensual y anual. Cuando no se dispone de esta información, puede resultado necesario utilizar el promedio de saldos de cuentas por cobrar al principio y al final del año. (Estupiñan & Estupiñan, 2012, pág. 134)

Es necesario conocer que este indicador permitirá tomar decisiones en el cumplimiento de la comercialización y las ventas, ser más eficiente en la gestión de calidad y principalmente mantener el efectivo control de las cuentas por cobrar por medio de su departamento de cobranzas.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los enfoques cuantitativo y cualitativo. La información obtenida se relaciona directamente con estos tipos de investigación debido a que están enfocados a la búsqueda de información primaria dentro del periodo determinado de investigación 2013-2017, para ello se investigó las cotizaciones históricas de la moneda colombiana para medir en porcentajes la apreciación del dólar americano durante este tiempo determinado.

Se describe en términos generales a los enfoques cuantitativo y cualitativo como paradigmas de la investigación científica, pues ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento.

Tomando en cuenta el nivel de ventas como variable de estudio se aplicó el método cuantitativo en busca de datos numéricos generados en este periodo, para ello fue necesario aplicar encuestas con el objetivo de obtener datos reales de las ventas de Supermercado Rosita generadas en el periodo 2013-2017.

En el mismo contexto, fue necesario dimensionar el enfoque cualitativo en la investigación, debido que fue necesario conocer aspectos considerados no numéricos que contribuyeron al desarrollo de esta investigación.

Para complementar, la aplicación herramientas estadísticas y métodos numéricos se obtuvo información precisa que contribuyó al análisis del comportamiento de las variables de estudio, como son: la apreciación del dólar americano y el nivel de ventas en Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán.

3.1.2. Tipo de investigación.

La investigación realizada fue de tipo analítica, lo que permitió relacionar la apreciación del dólar y el nivel de ventas de Supermercado Rosita en el periodo 2013-2017, para ello se empleó varios tipos de investigación que están relacionados directamente en nuestro estudio.

Para este estudio referido se utilizó la investigación descriptiva para obtener datos cuantitativos, que posteriormente servirán para realizar el análisis de la información recopilada, la observación directa sobre la cotización de la moneda colombiana y las encuestas aplicadas en Supermercado Rosita serán el complemento de la investigación.

En lo referente a la investigación histórica se recopiló datos históricos de fuentes confiables tanto primarias como secundarias sobre las cotizaciones diarias, mensuales y anuales del peso colombiano y las ventas históricas de Supermercado Rosita durante el periodo 2013-2017.

Con respecto a la investigación correlacional permitió conocer el grado de variación de las variables de estudio, apreciación del dólar americano y el nivel de ventas y correlacionarlas entre sí, para realizar un análisis cuantitativo mediante la utilización de índices financieros que permita observar el comportamiento y la incidencia de las variables de estudio.

Finalmente, en esta investigación se utilizó la investigación explicativa para exponer los resultados más relevantes de la información obtenida a través de gráficos estadísticos. Esta información permitirá al gerente de Supermercado Rosita tomar las decisiones más correctas en beneficio de la empresa.

3.2. IDEA A DEFENDER

La apreciación del dólar americano incide en el nivel de ventas del Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para desarrollar la presente investigación se plantea las siguientes variables;

- Variable independiente: Apreciación de dólar americano
- Variable dependiente: Nivel de ventas

Tabla 4 Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
V.D Nivel de ventas	Margen utilidad neto	% de ventas anuales, costo del producto y costos variables	Encuesta	Formulario N01
	Margen de contribución	% de costos y ventas reales	Encuesta	Formulario N01
	Cantidad de pedidos generados	% de pedidos generados al año	Encuesta	Formulario N01
	Volumen de compras	% de compras de productos anuales	Encuesta	Formulario N01
	Retención de clientes	% de clientes frecuentes que compran en el año.	Encuesta	Formulario N01
	Rotación de cuentas por cobrar	% de ventas a crédito y C. por cobrar anuales	Encuesta	Formulario N01
V.I Apreciación del dólar	Datos promedios cotización del peso colombiano	Promedios de la cotización del peso frente al dólar por cada año	Observación	Formulario N02
	Datos promedios cotización del dólar americano	% de la apreciación del dólar frente al peso por cada año	Observación	Formulario N02

Fuente: Guía de proyectos de tesis UPEC

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos.

Es necesario indicar que la metodología está relacionada directamente con la investigación realizada, para obtener un análisis sobre el comportamiento del nivel de ventas de Supermercado Rosita se utilizó los siguientes métodos teóricos:

Método comparativo: Este método de investigación permitió estrechar y correlacionar las variables apreciación del dólar y el nivel de ventas y analizar el comportamiento del nivel de ventas en el periodo 2013-2017.

Método deductivo: Para obtener información relevante que permita conocer el nivel de ventas, fue necesario obtener los resultados generales de las encuestas aplicadas y correlacionarlos con la variable apreciación del dólar americano, la búsqueda de nuevas combinaciones de variables permitió deducir conclusiones lógicas sobre los sucesos encontrados.

Método Inductivo: Para cumplir los objetivos específicos planteados en la investigación fue necesario recopilar información de lo particular a lo general mediante la investigación documental de datos históricos y cotizaciones de la moneda ocurridos en el periodo 2013-2014.

3.4.2. Técnicas.

La recopilación de datos se la realizó mediante el diseño de encuestas con un cuestionario de preguntas cerradas dicotómicas, las mismas que fueron aplicadas al gerente de Supermercado Rosita. Esta información cuantitativa permitió obtener datos primarios para realizar el informe técnico.

Encuesta: Para diseñar las encuestas se tuvo en cuenta la distribución por secciones que mantiene la empresa, como: carnes y embutidos, aseo y limpieza, alimentos y granos, y licores y bebidas, de igual manera; el acceso al sistema de inventario de la empresa permitió recopilar la información más adecuada sobre ventas netas, costos fijos, costos variables, compras anuales, cartera de clientes y cuentas por cobrar.

Ficha de observación: Este Instrumento de investigación permitió registrar datos históricos de la cotización del peso colombiano en el periodo 2013- 2017. Estos datos cuantitativos aportaron al desarrollo de investigación para determinar la apreciación del dólar americano. Información que permitió relacionar con los datos sobre el nivel de ventas.

3.4.3. Ficha técnica de investigación.

La presente investigación se desarrollará en Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán, zona comercial fronteriza con Colombia, ubicada en el sector comercial de la ciudad; Avenida Coral y calle Venezuela, sector Parque Ayora. Esta empresa es privada dedicada hace 19 años a la comercialización de productos de primera necesidad. La metodología utilizada se resume en la siguiente tabla:

Tabla 5 *Ficha técnica de investigación*

Datos generales	Datos empresa
País	Ecuador
Provincia	Carchi
Cantón	Tulcán
Universo muestral	Supermercado Rosita
Campo de análisis	Área de ventas
Periodo de estudio	2013-2017
Diseño de investigación	Investigación cuantitativa
Técnicas de recolección	Encuesta
Encuestas aplicadas	5 encuestas validas
Fecha de aplicación	24/11/2017

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico permitirán medir las dimensión de las variables; ventas, costo neto, costo de venta, precio proyectado, cartera vencida, la afluencia de clientes tanto locales como extranjeros entre otros, mostrando sus variaciones anuales lo que medirá su nivel de ventas en las cuatro secciones: carnes y embutidos; aseo y limpieza; alimentos y granos y licores y bebidas, las cuales están organizadas y distribuidas para la comodidad de los clientes de Supermercado Rosita, cabe indicar que será analizado durante el periodo 2013-2017, en base a la apreciación del dólar americano. De igual manera se tomará en cuenta el tipo de cambio promedio al final de cada año.

Para concluir, se realizará comparaciones mediante el diseño de gráficos estadísticos de barras, áreas o líneas. Esto permitirá conocer el comportamiento histórico del nivel de ventas y la apreciación del dólar americano durante el periodo de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ANÁLISIS APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE VENTAS DE SUPERMERCADO ROSITA

4.1. RESULTADOS

Ecuador desde el año 2000, convirtió el dólar americano como su moneda oficial, debido a la constante devaluación del Sucre. En la actualidad, 18 años de ese cambio en el sistema económico ecuatoriano ha permitido a varios sectores económicos e industriales analizar a la dolarización como positiva, mientras que en las zonas de fronteras tanto con Perú y Colombia, se la denomina un fracaso. En la provincia del Carchi no es la excepción, la apreciación del dólar americano frente a la moneda colombiana ha causado efectos económicos negativos para la frontera colombo-ecuatoriana.

4.1.1. Análisis de la apreciación del dólar americano.

La sociedad de un país es el motor que mueve la economía, en la zona fronteriza con Colombia principalmente en Tulcán con Ipiales se presentan dos grupos económicos que están involucrados por la apreciación del dólar, en la ciudad de Tulcán se vive de las pérdidas económicas por la falta de competitividad de sus negocios, y por el otro, en Ipiales el comercio colombiano aprovechan la gran demanda de productos solicitados por consumidores ecuatorianos que van diariamente a Colombia atraídos por los bajos precios.

Los efectos de la apreciación del dólar en Ecuador son cada día son más drásticos, este no puede devaluar su moneda en curso, a diferencia de Colombia o Perú que lo pueden hacer. Ecuador ha debido recurrir a medidas como la elevación temporal de impuestos a las importaciones y la entrega de beneficios a los exportadores para intentar mitigar la pérdida de mercado frente a sus países vecinos, en los últimos años, Colombia ha devaluado el peso el 54% y Ecuador a ha apreciado el dólar en un 30% (El País.com, 2017).

Para el 2015, El dólar americano registro su máxima apreciación de 31,64% con relación a la cotización de la moneda colombiana de \$ 3.149 pesos por dólar, esto significa que el peso colombiano subió el 61% (\$ 1.222,64) desde el 2013 hasta el 2015, por consiguiente, los beneficiados de este fenómeno económico fueron los exportadores y los afectados los importadores. De aquí la importancia de las decisiones del gobierno en materia cambiaria en la zona de frontera colombo-ecuatoriana para contrarrestar la masiva afluencia de compradores ecuatorianos a Ipiales-Colombia. Ver información presentada en la siguiente tabla.

Tabla 6 Cotización del peso colombiano, periodo 2013-2017

Periodo	Cotización peso colombiano
2013	\$ 1.926,83
2014	\$ 2.392,46
2015	\$ 3.149,47
2016	\$ 3.000,71
2017	\$ 3.006,09

Fuente: Banco de la Republica de Colombia. 2017

Bajo esta perspectiva, El 2015 quedará en la historia, fue la fecha que el precio del peso colombiano llegó a su nivel más alto, algo nunca registrado, al superar la barrera de los \$3.000. El quiebre de este techo implicó que desde julio pasado el peso colombiano es la tercera moneda del mundo que más ha perdido valor, sólo superado por el Rublo ruso, Kwacha Malawi, moneda nacional de Malawi, África (Botero. 2015).

Para realizar el cálculo de la apreciación de la moneda en variaciones porcentuales se aplica la siguiente fórmula, partiendo de los datos obtenidos durante el periodo de investigación, como se observa en la tabla 6: en el 2014 y en 2015 el tipo de cambio nominal en Colombia fue de \$3.149,47 y \$2.392,46 respectivamente:

$$AP = \frac{\text{Año 2015}}{\text{Año 2014}} - 1 \times 100$$

$$AP = \frac{3149,47}{2392,46}$$

$$AP = 1,3164 - 1$$

$$AP = 0,3164 * 100$$

$$AP = 31,64\%$$

De acuerdo con el resultado obtenido, durante 2015, el dólar americano se apreció nominalmente en un 31,64% con relación al peso colombiano.

El impacto de la apreciación del dólar en el sector comercial de la provincia del Carchi es cada vez más negativo, para el año 2015, el dólar alcanzó un incremento del 31,64% de apreciación con respecto a la moneda colombiana, lo que demuestra que las ventas en

Ipiales-Colombia subieron debido a la cotización récord del peso en este año, \$ 3.149 pesos por \$1 dólar, como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 7 *Apreciación del dólar americano, periodo 2013-2017*

Periodo	Apreciación del dólar
2013	8,97%
2014	24,17%
2015	31,64%
2016	4,72%
2017	0,18%

Fuente: Banco de la República de Colombia. 2017

Entre 2014 y 2015, el dólar americano de aprecio en el 24,17% y 31,64%, respectivamente, con relación al peso, alcanzando los porcentajes más altos, lo que originó un desequilibrio en la balanza comercial a favor de Colombia. Por consiguiente, pérdidas económicas a los comerciantes de Tulcán, el impacto de la apreciación del dólar frente a la moneda colombiana hizo que el auge comercial en Ipiales aumente significativamente.

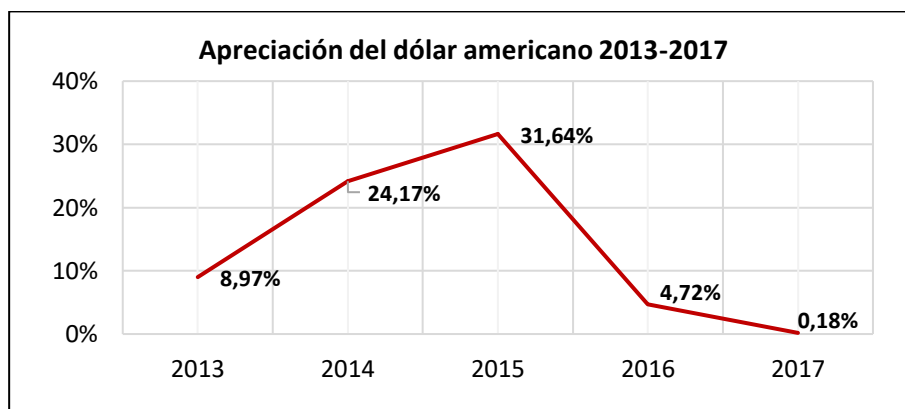


Figura 2 *Apreciación del dólar americano. Periodo 2013-2017*

Fuente: Banco de la Republica de Colombia. 2017

4.1.2. Análisis del nivel de venta en Supermercado Rosita.

En el estudio de la administración contable de una empresa, se debe considerar a las ventas como: Un elemento contable que representa la suma de todas las ventas realizadas por una empresa de un bien o servicio, ya sea en efectivo o a crédito, descontadas las devoluciones, bonificaciones o reducciones por rebajas comerciales. Por tanto, son ingresos para las empresas fruto de su actividad, descontando efectos que minorarán la base bruta. (Vásquez, 2015).

Las ventas de Supermercado Rosita durante el periodo de análisis muestran como sus ventas anuales han disminuido gradualmente en un 38% durante el periodo de estudio.

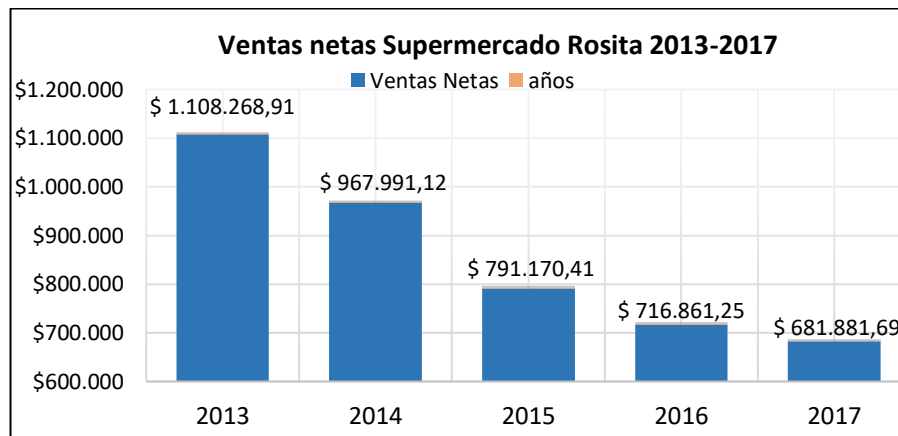


Figura 3 Ventas netas Supermercado Rosita 2013-2017
Fuente: Supermercado Rosita 2017

Con respecto a las ventas obtenidas por Supermercado Rosita, desde el año 2013, sus ventas disminuyeron el 29% hasta el 2015, pasando de 1.108.268,91 USD a 791.170,41 USD, de igual manera del 2013 al 2017 han disminuido en 38% de su venta, esta disminución es el resultado de una escasa afluencia de clientes locales y principalmente colombianos quienes se los consideraba como compradores potenciales.

Supermercado Rosita debería implementar nuevas estrategias de ventas para atraer clientes potenciales a su empresa, reestructurar sus secciones, ver figura siguiente.

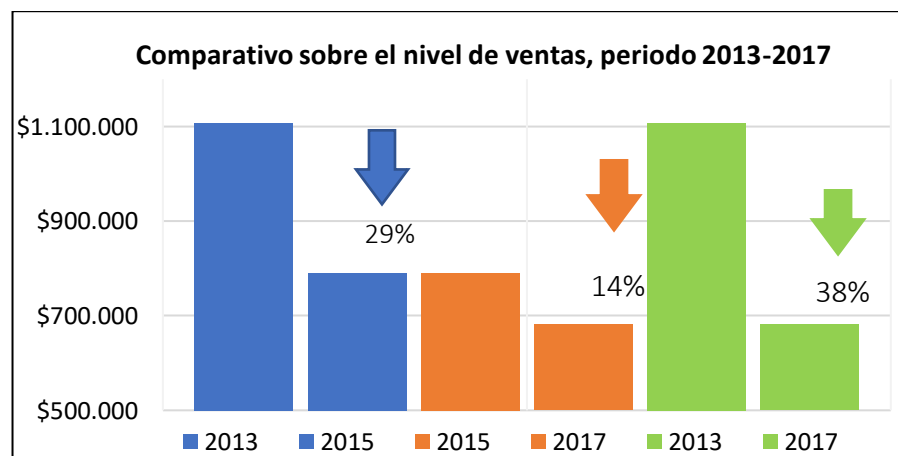


Figura 4 Comparativo sobre el nivel de ventas 2013-2017
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

De igual manera, Supermercado Rosta debe generar nuevas búsquedas de proveedores con amplios portafolios de productos que permita abastecerse de mercadería nueva con precios accesibles para competir con supermercados de la ciudad Tulcán y de Ipiales.

4.1.3. Análisis del nivel de ventas por secciones en Supermercado Rosita.

4.1.3.1. Nivel de ventas en sección Aseo y Limpieza.

Análisis de margen de utilidad neta: Para tener una visión global sobre el nivel de ventas de Supermercado Rosita, es fundamental establecer y aplicar índices de rentabilidad y gestión financiera para obtener datos cuantitativos que permita obtener información sobre su situación económica. Para esto se utilizó el índice de margen de utilidad neta para conocer la rentabilidad económica de Supermercado Rosita durante el periodo 2013-2017.

Tabla 8 Análisis margen de utilidad neta en sección aseo y limpieza

Periodo	Margen utilidad neta
2013	12,28%
2014	11,50%
2015	1,60%
2016	11,50%
2017	10,71%

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

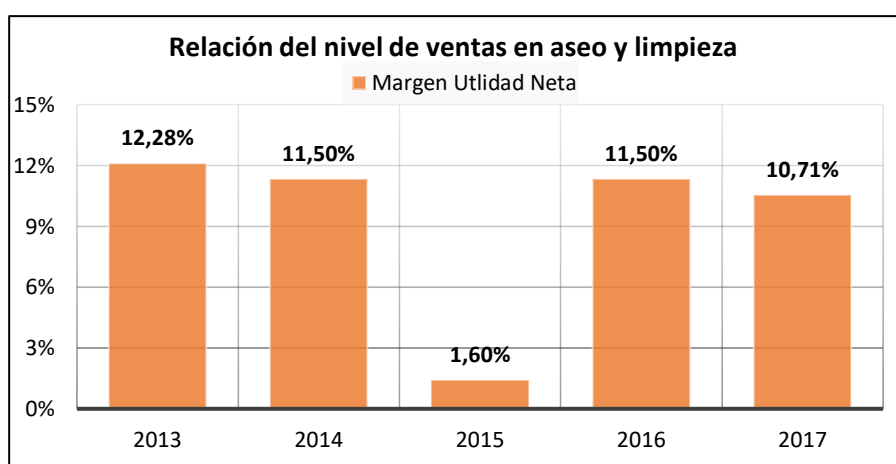


Figura 5 Análisis margen utilidad neta en sección aseo y limpieza

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para realizar el cálculo del margen de utilidad neta en variaciones porcentuales, se toma como referencia el año 2015, en sección aseo y limpieza donde se registró la mínima utilidad de 1.60%, para realizar el cálculo respectivo se toma datos de anexo 7.8:

Datos anuales:

Ventas netas	\$ 300.927,89
Costos fijos	\$ 6.018,00
Costos variables	\$ 290.103,80

$$MUN = \frac{Ventas - (Costos\ fijos + Costos\ variables)}{Ventas} * 100$$

$$MUN = \frac{300.927,89 - 296.121,80}{300.927,89} = 1,60\%$$

De acuerdo con el resultado obtenido, para el 2015 la sección aseo y limpieza por cada dólar vendido genero 1,60% de utilidad de las ventas netas, de igual manera para el 2013, es decir \$ 0.016 por cada dólar de venta, este índice es relativamente bajos 1.60%, a pesar de que sus exhibiciones se han mantenido completas llenas, según el volumen de compras obtenido en ese mismo año, ver figura 7, por consiguiente, su rentabilidad no fue la óptima. Así mismo, su rentabilidad en general en sección de aseo y limpieza durante el periodo de análisis 2013-2017 ha mantenido un bajo nivel de ventas.

Análisis de margen de contribución: la aplicación de este índice financiero, permite determinar la rentabilidad de Supermercado Rosita sobre la venta de productos en sus distintas secciones, mediante la fijación de precios sobre el margen. El análisis del margen de contribución beneficia especialmente las empresas porque permite conocer su punto de equilibrio y aplicar correctivos sobre el rendimiento de las ventas en un determinado producto.

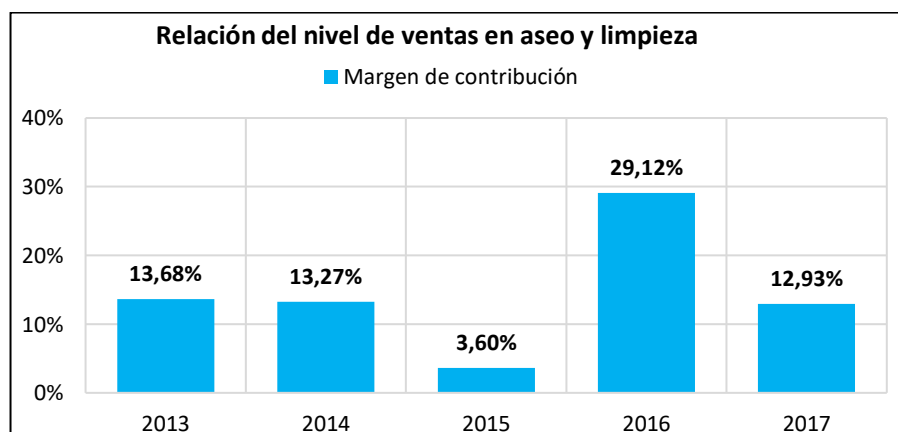


Figura 6 Análisis margen de contribución en sección aseo y limpieza
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para realizar el cálculo del margen de contribución en variaciones porcentuales se toma como referencia el año 2015, en sección aseo y limpieza donde se registró la rentabilidad mínima de 3.60%, para ello se obtiene datos de anexo 7.8:

Datos anuales:

Ventas netas	\$ 300.927,89
Costos variables	\$ 290.103,80

$$MC = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos variables}}{\text{Ventas}} * 100$$

$$MC = \frac{300.927,89 - 290.103,80}{300.927,89}$$

$$MC = 0,036 * 100 = 3,60\%$$

En lo relativo al índice de margen de contribución, Supermercado Rosita en sección aseo y limpieza para el año 2015 es de 3.60%, los productos ofertados en esta sección están en un margen no competitivo. Esta proporción es baja debido a que los competidores existentes en la ciudad de Tulcán tienden a bajar sus precios del mercado para vender más y atraer clientes a sus negocios, lo que obliga a Supermercado Rosita a reducir su margen para no perder clientes, además, esta estrategia de reducción de costos implementada por Supermercado Rosita se centra en vender en grandes volúmenes a menores precios de mercado para obtener ingresos.

Supermercado Rosita debe analizar cuáles son los productos que obtiene una rentabilidad baja y centrarse en la revisión de costo y precios de venta para mejorar sus ingresos.

De igual manera los resultados obtenidos para el 2016, el margen de contribución, en la venta de productos de aseo y limpieza, permitió alcanzar un 29%. Este porcentaje permitió conocer que sus productos están en un nivel poco competitivo, entre más alto sea el margen de contribución, mayor será su utilidad, ver figura 6.

Análisis de margen de volumen de compras: Para Supermercado Rosita, el departamento de compras tiene una gran responsabilidad es el encargado de la búsqueda de productos al mejor precio, en la cantidad deseada y con la calidad requerida.

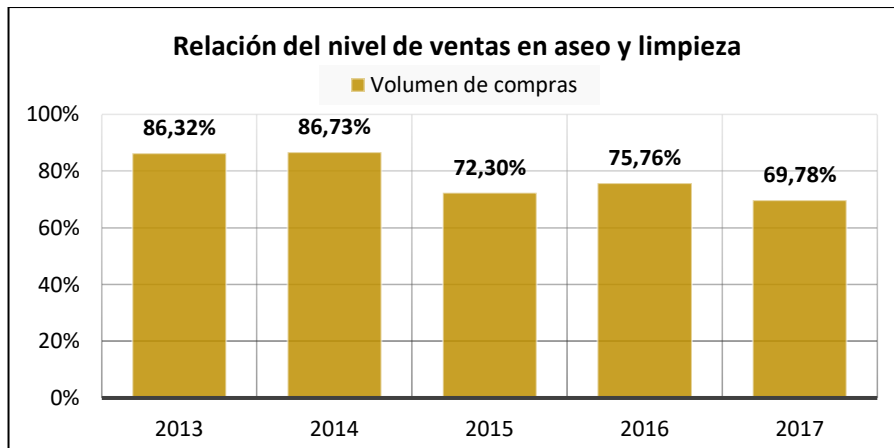


Figura 7 Análisis volumen de compras en sección aseo y limpieza
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para el cálculo del volumen de compras es importante tener en cuenta que las compras netas es el resultado de las compras totales menos las devoluciones sobre compras y las rebajas o descuentos sobre las compras. Para realizar el cálculo se toma como referencia el año 2015, datos obtenidos de anexo 7.8:

Datos anuales:

Compras netas	\$ 217.577,85
Ventas totales	\$ 300.927,89

$$MVC = \frac{\text{Compras netas}}{\text{Ventas totales}} * 100$$

$$MVC = \frac{217.577,851}{300.927,89} = 0,7230 * 100$$

$$MVC = 72,30\%$$

Este cálculo conlleva al siguiente análisis: Supermercado Rosita en la sección aseo y limpieza muestra la mayor rotación de inventarios, la constante adquisición de productos, ver grafica 7, muestra que en el 2013 y 2014 fueron los años que adquirió gran volumen de mercadería a proveedores para mantener sus perchas y exhibiciones con stock suficiente para brindar un buen servicio a sus clientes.

Análisis de índice de cantidad de pedidos generados: Este índice de gestión o actividad describe las características para el cálculo, manejo, control e interpretación. Su característica es controlar la cantidad de pedidos generados por el departamento de compras de Supermercado Rosita, su aporte es conocer el número y porcentaje de pedidos de compra generados sin retraso, o sin necesidad de información adicional.

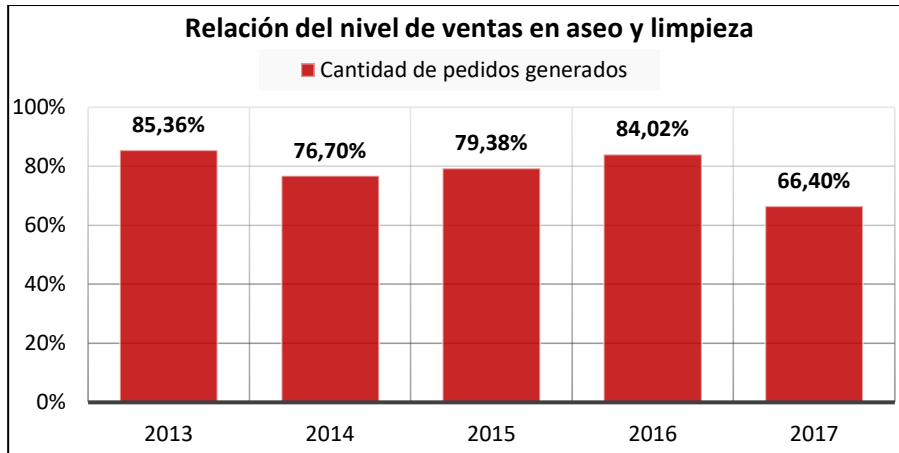


Figura 8 Análisis sobre el margen de pedidos en aseo y limpieza
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para determinar qué tan eficiente fue la generación de pedidos a proveedores en el año, se tomó como referencia los datos del año 2014, sección aseo y limpieza, anexo 7.8.

Aplicación de la fórmula de cálculo:

Datos anuales:

Pedidos generados S/problema	298
Total de pedidos anuales	389

Aplicación de la fórmula:

$$MCPG = \frac{\text{Total pedidos generados sin problema}}{\text{Total de pedidos generados al año}} * 100$$

$$MCPG = \frac{298}{389}$$

$$MCPG = 0,7670 * 100$$

$$MCPG = 76,70\%$$

De acuerdo con el resultado; Supermercado Rosita ha generado 389 pedidos de productos en aseo y limpieza en el 2014, los cuales el 76,70% cumplieron con las especificaciones, los requisitos y los tiempos de entrega pactados antes de la negociación.

Análisis de índice de cartera de clientes frecuentes: Supermercado Rosita mantiene en el 2017 un porcentaje de 74% de clientes que realizan compras frecuentemente en la empresa.

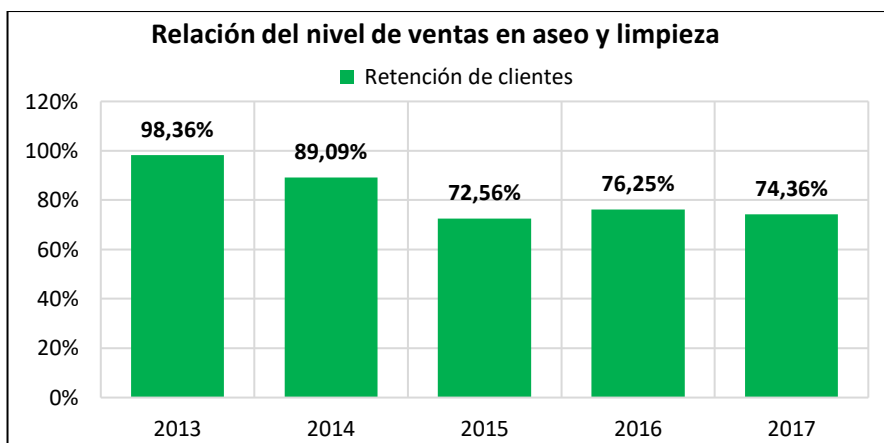


Figura 9 Análisis sobre la retención de clientes en aseo y limpieza
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para determinar qué tan eficiente fue la generación de pedidos a proveedores se tomó como referencia el año 2015, sección aseo y limpieza ver Anexo 7.8.

Datos anuales:

Total clientes frecuentes	10.736
Total clientes al año	14.797

$$CCF = \frac{\text{Total clientes frecuentes}}{\text{Total clientes al año}} * 100$$

$$CCF = \frac{10.736}{14.797} = 0,7256 * 100$$

$$CCF = 72,56\%$$

Partiendo de estos datos obtenidos; Supermercado Rosita durante el 2015 registró en su sistema de clientes un total de 14.797 clientes en sección de aseo y limpieza de los cuales el 73% a realizado compras de productos ofertados en esta sección, el 27% de clientes restante está realizando sus compras de productos de aseo y limpieza en otras plazas. Supermercado Rosita debería realizar un mayor esfuerzo comercial y mix de marketing para captar nuevos clientes.

Análisis de rotación de cuentas por cobrar: para Supermercado Rosita esta es una herramienta financiera de gran uso porque permite el control del dinero por concepto de ventas a crédito. En el 2013, la rotación de cartera por cuentas por cobrar de Supermercado Rosita mantiene un porcentaje de 33% de las ventas realizadas a crédito a instituciones de la ciudad.

Este análisis permitió comprobar que las ventas a crédito a empleados y funcionarios de instituciones públicas ha crecido gradualmente durante el periodo de investigación, por lo tanto, el 2016 y 2017 muestran un 96% y 88% de incremento de su cuentas por cobrar respectivamente, lo que se puede predecir que disminuyó las ventas al contado y se incrementó las ventas a crédito en la sección de aseo y limpieza en el periodo 2013-2017, ver figura 10.

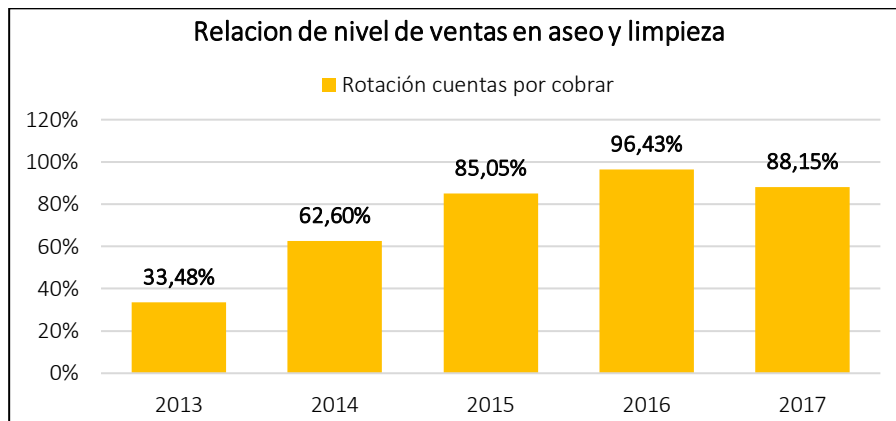


Figura 10 Análisis sobre cuentas por cobrar en aseo y limpieza
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para determinar la relación de sus cuentas por cobrar contra las ventas netas a crédito, se obtiene datos de anexo 7.8, año 2016.

Aplicación de la fórmula:

Datos anuales 2016:

Cuentas por cobrar a clientes	760,66
Total ventas netas a crédito	788,85

$$RCC = \frac{\text{Cuentas por cobrar a clientes}}{\text{Ventas netas a credito}}$$

$$RCC = \frac{760,66}{788,85} = 0,9642 * 100$$

$$RCC = 96,43\%$$

En el ejemplo dado, se puede analizar que Supermercado Rosita mantiene al final del año 2016, un saldo promedio de 96% en cuentas por cobrar a clientes, por concepto de ventas a crédito de productos de aseo y limpieza, mientras que el 3,58% de estas ventas ya se hizo efectivo.

4.1.3.2. Nivel de ventas en sección Carnes y Embutidos.

Para el análisis del nivel de venta en sección carnes y embutidos mediante el índice de margen de utilidad neta, ver figura 11, se puede evidenciar que en los años 2013 y 2016 existió una utilidad máxima del 12,28% y 11.50% respectivamente, es decir, las ventas generaron \$0.12 centavos de utilidad por cada dólar vendido, generalmente este margen de utilidad es mínimo, la administración de Supermercado Rosita ha implementado para no perder clientes.

Tabla 9 Análisis margen utilidad neta en sección carnes y embutidos

Periodo	Margen utilidad neta
2013	12,28%
2014	11,50%
2015	7,65%
2016	11,50%
2017	10,71%

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

En el mismo contexto, se analiza que existió una utilidad de 7.65% en el año 2015, en la venta de carnes y embutidos, su utilidad disminuyó debido a las escasas ventas de productos registrados en este año.

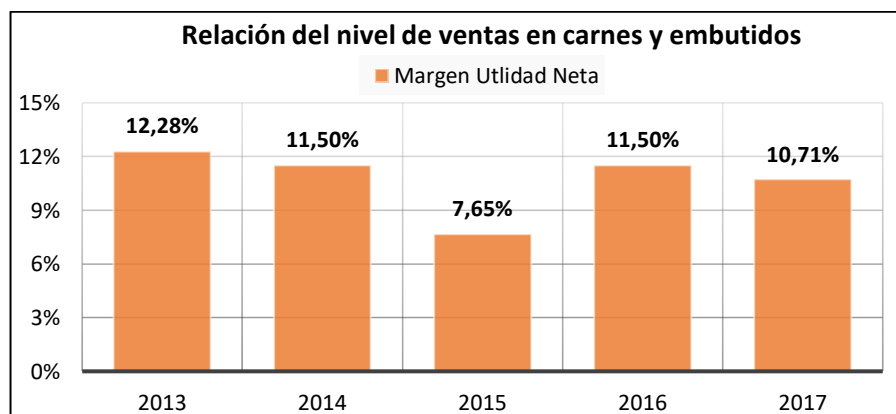


Figura 11 Análisis margen utilidad neta en sección carnes y embutidos

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

El margen de contribución es otro índice utilizado para conocer los costos de sus productos que se comercializan en Supermercado Rosita, para ello es necesario conocer sus ventas y sus costos variables y sobre esos resultados el gerente de la empresa optimice sus recursos.

Tabla 10 *Análisis margen de contribución en carnes y embutidos*

Periodo	Margen de contribución
2013	25,73%
2014	27,24%
2015	26,77%
2016	29,06%
2017	18,52%

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

La utilización de índices de financieros en las empresas de servicios, permiten optimizar tiempo y recurso humano para conocer la realidad económica de la empresa y mediante resultados tomar decisiones para la empresa.

En la figura 12, se observa que el margen de contribución de Supermercado Rosita durante el periodo de investigación mantiene una utilidad que supera el 25% por cada unidad vendida en un nivel competitivo, lo que genera estabilidad financiera.

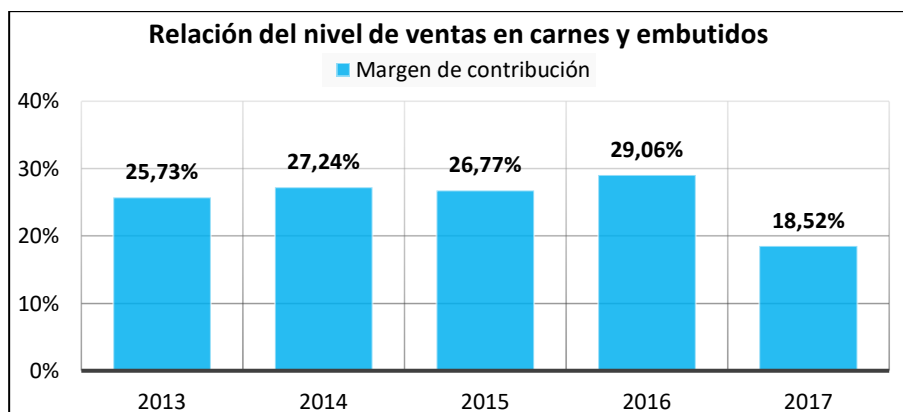


Figura 12 *Análisis margen de contribución en sección carnes y embutidos*

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

No obstante, para finales del 2017, su margen de contribución disminuyó aproximadamente a 19% en las ventas de carnes y embutidos, su rentabilidad se vio afectada por la reducción de ingresos.

Dentro del análisis sobre el nivel de ventas, el margen sobre volumen de compras realizadas por Supermercado Rosita durante el periodo de investigación.

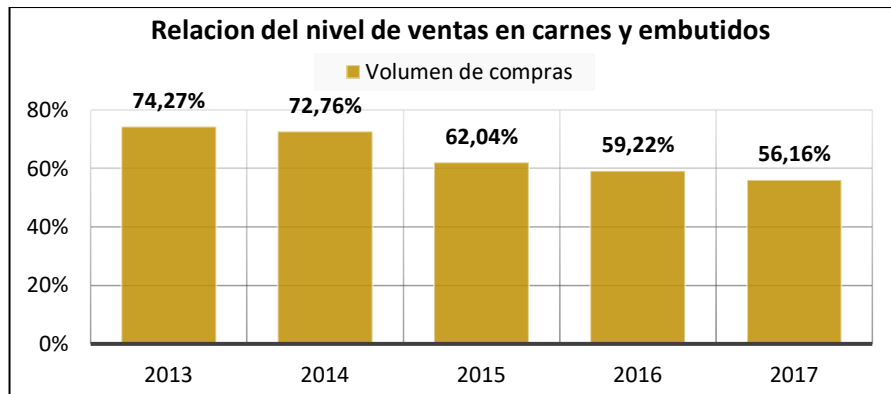


Figura 13 Análisis sobre el volumen de compras en carnes y embutidos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para Supermercado Rosita es importante conocer los movimientos de inventarios según el volumen de compras realizadas por cada año, en el 2013 muestra un índice alto de compras del 74%, pero para el 2017 disminuyó al 56% lo que permite analizar que en este año las compras a proveedores disminuyeron debido a que los productos de carne y embutidos no están rotando continuamente, ver figura 13.

De igual manera, la calidad de los productos genera fidelidad de los clientes hacia la empresa, y teniendo en cuenta este concepto, Supermercado Rosita ha implementado en su sección de carnes y embutidos gran variedad de productos nuevos, esta gestión se debe a la calidad de pedidos generados hacia sus proveedores, retribuyendo estos en buena forma esta gestión.

Tabla 11 Análisis sobre cantidad de pedidos generados en carnes y embutidos

Año	Cantidad de pedidos generados
2013	92,34%
2014	84,77%
2015	79,38%
2016	84,02%
2017	66,09%

Fuente: Supermercado Rosita. 2017

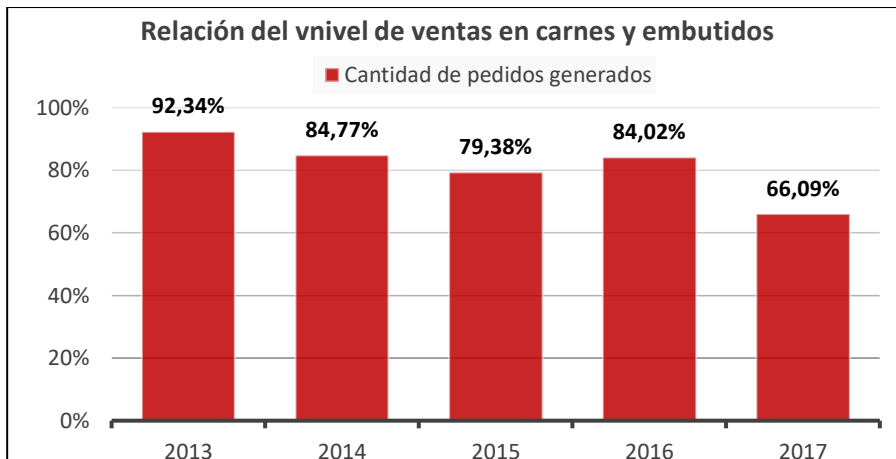


Figura 14 Análisis sobre los pedidos generados en carnes y embutidos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Haciendo comparativos se evidencia que en el 2013 ha generado 349 pedidos de productos cárnicos y embutidos a sus proveedores, de los cuales un 92% fueron aceptados por Supermercado Rosita para disponer en sus exhibiciones, de igual forma en el año 2017, el supermercado aceptó un 66% de pedidos, lo que hace predecir que sus proveedores no han cumplido con las especificaciones, cantidades y calidad de productos despachados.

De acuerdo con la rotación de cuentas por cobrar, Supermercado Rosita en el 2013, en sección de carnes y embutidos un 59% de ventas al contado y un 41% de ventas a crédito, lo que significa que la mayoría de los clientes decidieron realizar sus pagos en efectivo.

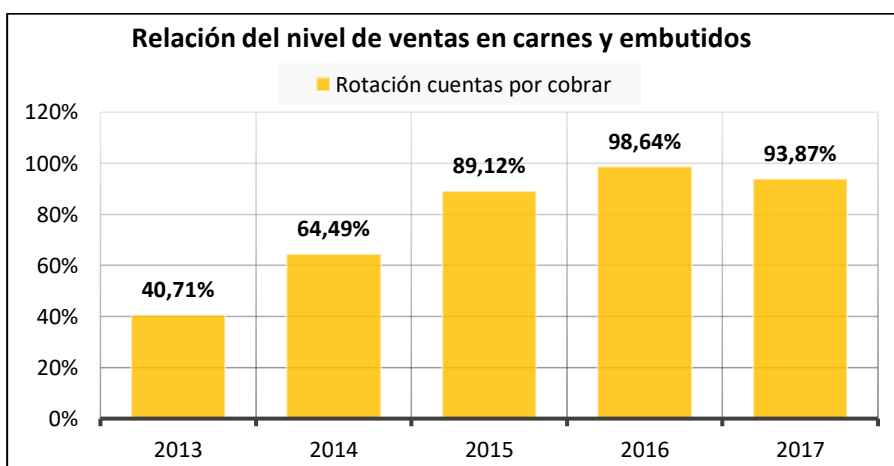


Figura 15 Análisis sobre la rotación de cobrar en carnes y embutidos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Lo contrario a los datos del 2016, sus ventas de productos cárnicos y embutidos fueron realizadas mediante ventas a crédito.

4.1.3.3. Nivel de ventas en sección Alimentos y Granos.

Para Supermercado Rosita la distribución por secciones ha mantenido la organización por secciones acorde a sus necesidades y exigencias de sus clientes, por ello, la sección de alimentos y granos, figura 16, es la principal sección donde sus clientes adquieren productos de primera necesidad.

La variedad de productos y los precios bajos muestra que es el lugar preferido por los consumidores. Para en el 2013 su utilidad generada fue de 12% sobre las ventas, lo que significó que obtuvo \$0.12 centavos de utilidad por cada dólar vendido.

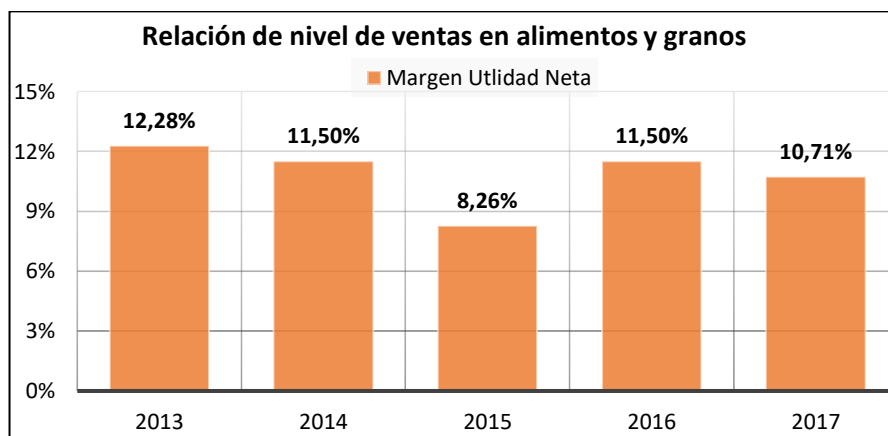


Figura 16 Análisis del margen de utilidad neta en alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

De igual manera en el 2015 su utilidad se redujo a \$ 0.08 centavos por dólar vendido, siendo este año demasiado crítico por la disminución de sus ventas.

El margen de contribución, figura 17, en sección alimentos y granos mantiene un bajo nivel de en sus utilidades. Supermercado Rosita debe optimizar los costos e ingresos para obtener una utilidad representativa, en el año 2014 se generó una utilidad del 18% siendo esta cifra la más alta en la venta de alimentos y granos, por lo tanto, es necesario realizar una revisión de costos y precios de ventas.

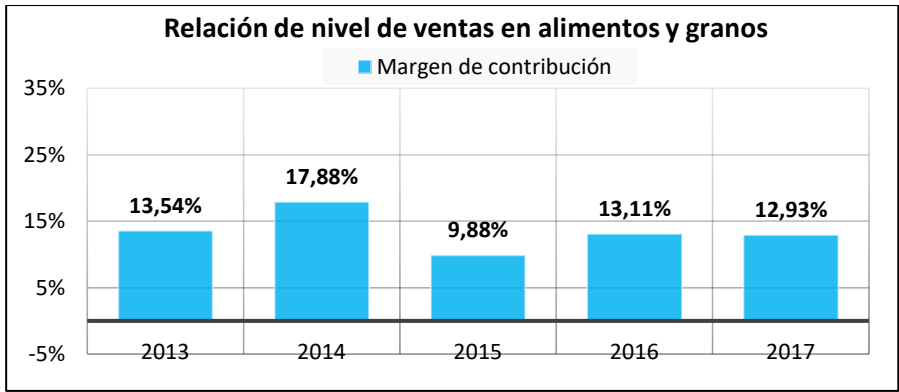


Figura 17 Análisis del margen de contribución en alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Margen sobre el volumen de compras, el siguiente análisis permitió analizar el volumen de compras en sección alimentos y granos, como se muestra en la figura 18. En el 2016 existe una reducción del volumen de compras, registrando un 66% en todo el periodo de estudio, esta reducción del nivel de ventas se evidencia que el consumidor ecuatoriano realizó compras más planificadas o realizó sus compras en otras plazas, De igual manera en el 2014, fue el año que Supermercado Rosita realizó mayor volumen de compras de alimentos y granos para mantener sus perchas y exhibiciones con stock suficiente, la implementación de nuevas estrategias para captar nuevos clientes mediante promociones para que se incremente la venta de alimentos como galletas y aceites y productos de limpieza.

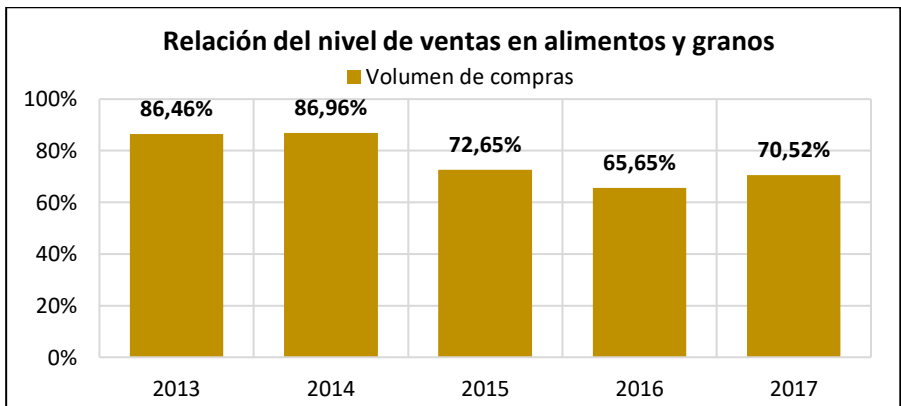


Figura 18 Análisis del volumen de compras en alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Análisis de retención de clientes frecuentes; Como se muestra en la figura 19. Supermercado Rosita durante el 2016 registró en su sistema de clientes un total de 6.435 clientes en sección de alimentos y granos de los cuales el 66% realizó compras de productos ofertados en esta sección, el 34% de clientes prefieren comprar a la competencia

y realizar sus compras en Ipiales-Colombia. Es importante mencionar que Supermercado Rosita debería implementar nuevas estrategias de ventas para captar nuevos clientes.

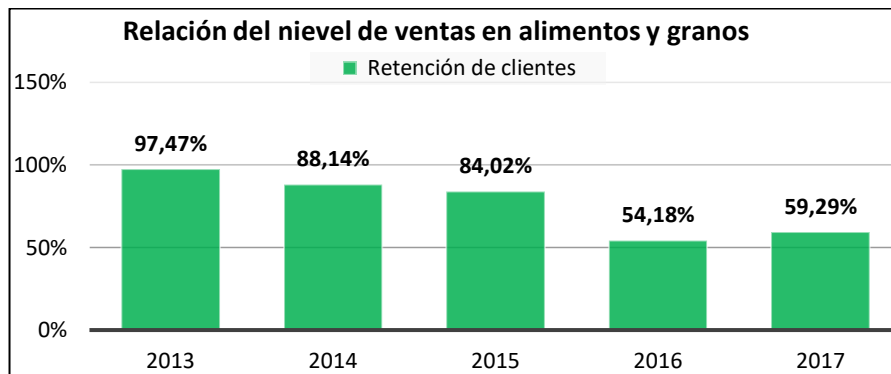


Figura 19 Análisis retención de clientes en alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Análisis sobre índice de rotación de cuentas por cobrar; Para Supermercado Rosita en el 2013, la rotación de cartera por cuentas por cobrar mantiene un porcentaje de 69% de las ventas realizadas a crédito, además, en el 2015 muestra un 95%, lo que se puede predecir que disminuyó las ventas al contado y se incrementó las ventas a crédito en la sección de alimentos y granos durante el 2013-2017, ver figura 20.

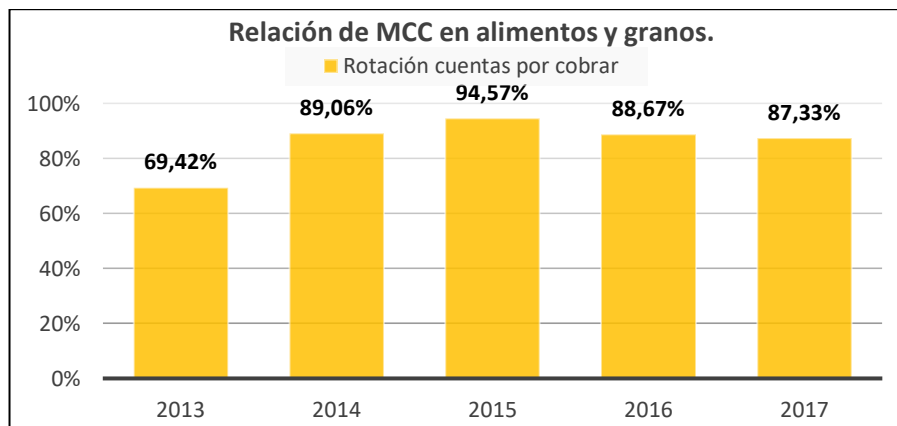


Figura 20 Análisis de retención de clientes en alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

4.1.3.4. Nivel de ventas en sección Licores y Bebidas.

En el mismo contexto, el análisis del nivel de ventas en Supermercado Rosita ha permitido conocer las utilidades que han generado en cada sección de productos, por lo tanto, la distribución por secciones ha logrado optimizar recursos para la empresa, de igual manera tener más organización de sus productos en venta según a las necesidades y exigencias de sus clientes.

De igual manera, la sección de licores y bebidas, ver figura 21, en el 2015, la utilidad generada fue de 15% sobre las ventas, lo que significa que obtuvo \$0.15 centavos de utilidad por cada dólar vendido.

Los licores y bebidas han permitido establecer sus utilidades en un nivel bajo, lo que significa que las ganancias en la empresa fueron reducidas debido a la competencia existente, donde vender a precios con rentabilidad mínima y vender en grandes volúmenes.

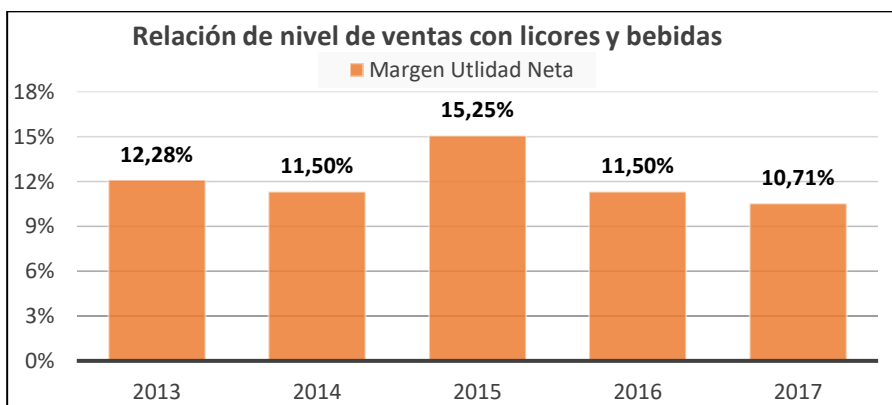


Figura 21 Análisis de margen de utilidad neta en licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

El índice de margen de contribución permitió analizar durante los cinco años las utilidades generadas por la venta de licores y bebidas en Supermercado Rosita. En el 2015, se generó una utilidad máxima de 22% sobre las ventas, de igual manera para el 2017 se registró una reducción de sus utilidades en sus ventas del 18%. Datos de la figura siguiente;

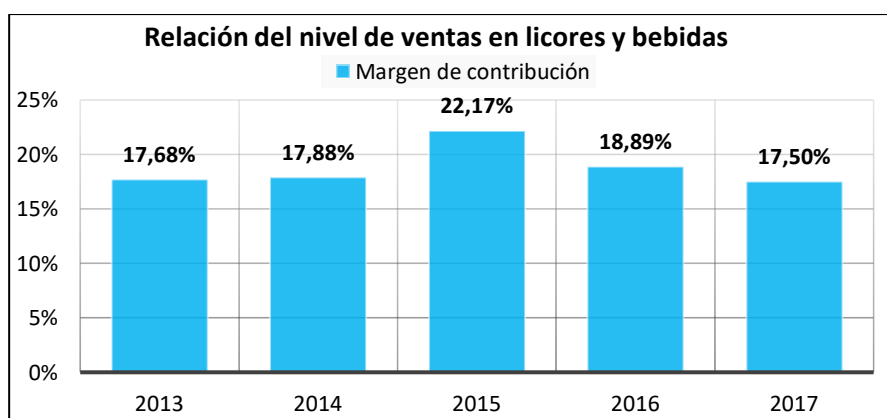


Figura 22 Análisis del margen de contribución en licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Margen sobre el volumen de compras: El siguiente análisis permitió analizar el volumen de compras en sección licores y bebidas, como se muestra en la figura 23. En el 2017, existe una reducción del volumen de compras registrando un 58% en todo el periodo de estudio,

esta reducción del nivel de ventas se evidencia que el consumidor ecuatoriano realizó compras más planificadas o realizó sus compras en otras plazas.

De igual manera en el 2014, fue el año que Supermercado Rosita efectuó mayor volumen de compras de licores y bebidas para mantener sus perchas y exhibiciones con stock suficiente, la implementación de nuevas estrategias para captar nuevos clientes mediante promociones para que se incremente la venta de bebidas como hidratantes.

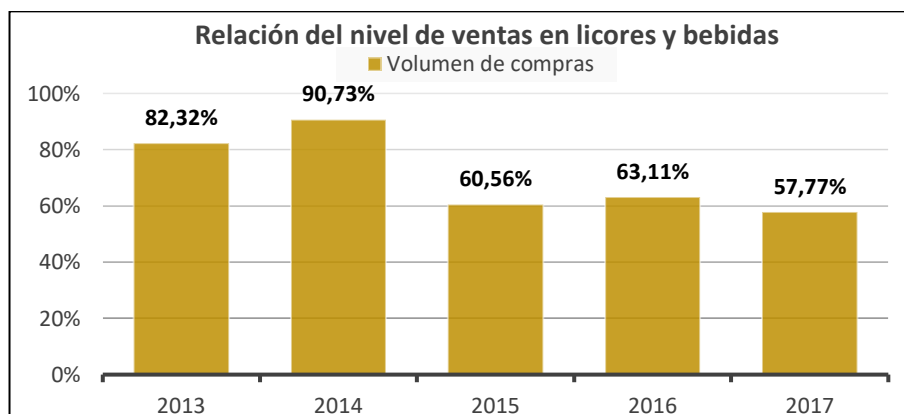


Figura 23 Análisis del volumen de compras en licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

La rotación de cuentas por cobrar en Supermercado Rosita mantiene al final del año 2016, un saldo promedio de 94% en cuentas por cobrar a clientes por concepto de ventas a crédito de licores y bebidas, mientras que el 3.66% de estas ventas ya se hizo efectivo. Además, se evidencia la existencia de un incremento de ventas a crédito en todo el periodo de estudio.

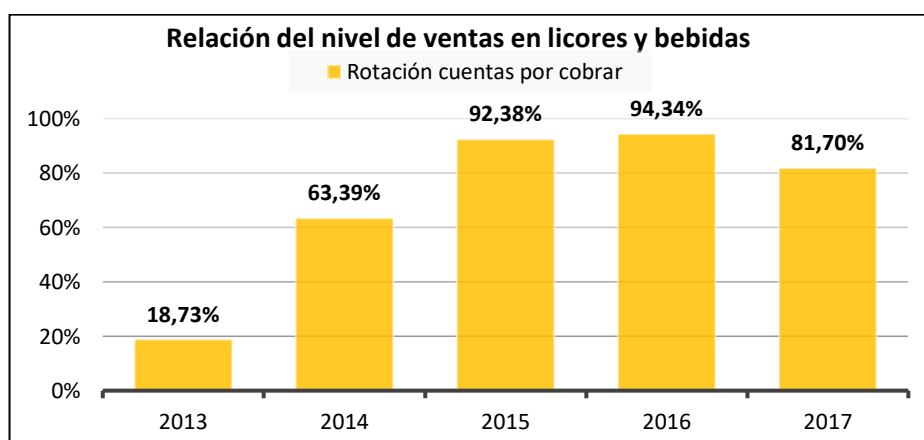


Figura 24 Análisis cuentas por cobrar en licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Para finalizar este capítulo se puede mencionar que gran parte de la investigación se encontró información clave para desarrollar una amplia investigación, por lo tanto, queda la información disponible para profundizar la variación del nivel de ventas en todas las secciones de Supermercado Rosita.

4.2. DISCUSIÓN

Este informe investigativo cumple las expectativas formuladas durante el planteamiento del problema, su principal objetivo fue conocer el comportamiento del nivel de ventas de Supermercado Rosita. Las expectativas creadas fueron analizadas mediante la aplicación de índices financieros de control y gestión empresarial como; índice de margen de utilidad neta, margen de contribución, índice de calidad de pedidos generados, índice de volumen de compras, índice de retención de clientes e índice de rotación de cartera.

Este informe analítico se basa en la combinación de las variables apreciación del dólar americano y el nivel de ventas. La utilización de índices financieros de rentabilidad y gestión o actividad empresarial permitió obtener un análisis con enfoque financiero más real donde se conoció los porcentajes de la rentabilidad de los productos en venta de Supermercado Rosita. Esta investigación será el insumo que conlleve a realizar una investigación más profunda que permita tomar decisiones para el mejoramiento de Supermercado Rosita.

A raíz de la dolarización, la frontera norte del Ecuador presentó serias complicaciones económicas, a partir del año 2014, la crisis se volvió más caótica para los comerciantes y propietarios de supermercados de la ciudad de Tulcán. El nivel de ventas en Supermercado Rosita mantuvo varias alteraciones con tendencia a la baja, su principal causa la constante apreciación del dólar americano y la constante devaluación de peso colombiano, ocasionando la escasa concurrencia de clientes extranjeros (colombianos) a realizar compras de productos de primera necesidad a Supermercado Rosita, ver figura 7.

Para el 2016, el Banco de la República de Colombia registró el tope máximo de \$3149,47 pesos por dólar, según la tabla 6, ocasionando una apreciación del dólar americano en el 31,64%.

Mediante la agrupación de productos en secciones de trabajo se obtuvo información relevante que indica el comportamiento del nivel de ventas, cabe mencionar que la

interrogante planteada ¿la apreciación del dólar americano incide en el nivel de ventas de Supermercado Rosita? Será resuelta a continuación:

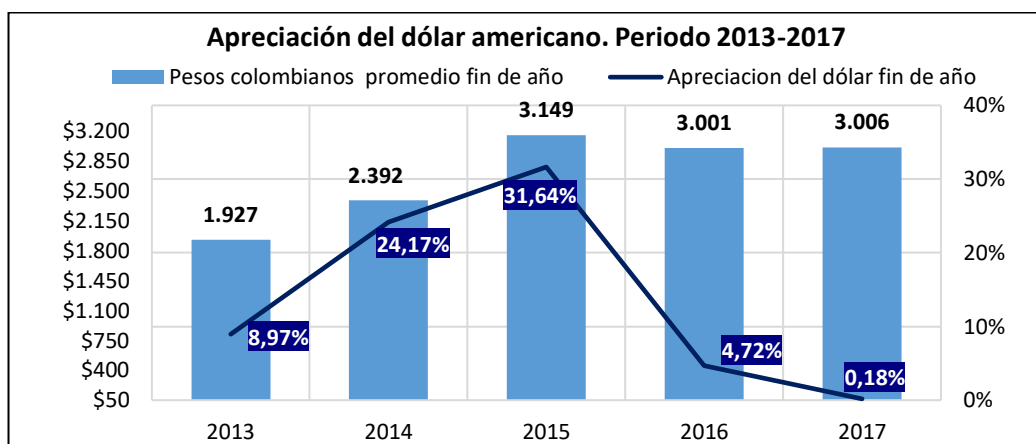


Figura 25 Apreciación del dólar durante el periodo 2013-2017
Fuente: Banco de la Republica de Colombia. 2017

4.2.1. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en carnes y embutidos.

4.2.1.1. Análisis de apreciación del dólar y margen de utilidad neta.

La aplicación de índices financieros en la investigación se muestra en los siguientes resultados.

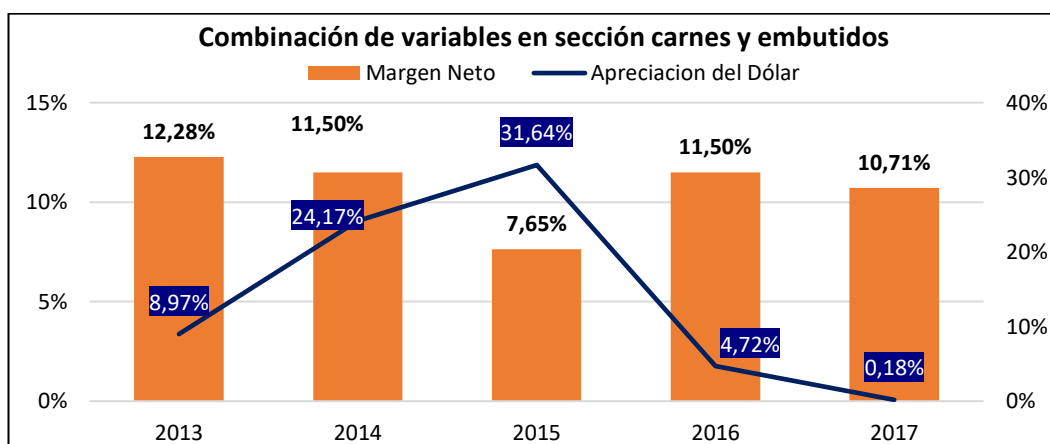


Figura 26 Combinación de variables en sección carnes y embutidos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Análisis del nivel de ventas; En el 2013 el índice de rentabilidad de Supermercado Rosita muestra el nivel de ventas máximo de 12% en las ventas de productos en todas sus secciones, la rotación de sus inventarios muestra un aceptable flujo de sus productos, nótese además que durante el 2015 existe una disminución en las utilidades por concepto

de ventas de productos de carnes y embutidos, su rentabilidad financiera tiende a mantenerse en 12%.

De igual manera se observa como el mercado de divisas internacional muestra una volatilidad en la apreciación del dólar americano, para el 2015 la apreciación del dólar americano llega a su récord máximo del 31.64% con relación al peso colombiano, es decir el tipo de cambio de 3149,47 por un dólar, se evidencia que la afluencia masiva de compradores a Colombia debido a este fenómeno económico.

El nivel de ventas en Supermercado Rosita mantiene una utilidad de \$ 0,11 de utilidades por cada dólar vendido, que por lo general es una rentabilidad baja, de igual manera, el margen de utilidad neta de la empresa es preocupante porque el nivel de ventas no es el óptimo para cubrir los costos de los productos.

La apreciación del dólar americano incide en el nivel de ventas de Supermercado Rosita por el tipo de cambio alto que mantiene la moneda colombiana, igualmente la constante la apreciación del dólar americano se evidencia desde el 2013, ver tabla 6, con su apreciación máxima de 31.64% con relación al peso colombiano la constante devaluación monetaria en Colombia hace que esta moneda pierda valor adquisitivo en el mercado de divisas, además se puede verificar que el margen de utilidad se ha reducido debido a la escasa comercialización de sus productos en Supermercado Rosita.

4.2.1.2. Análisis de la apreciación del dólar y rotación de cuentas por cobrar en carnes y embutidos.

Las ventas netas a crédito en Supermercado Rosita se incrementaron en el 98% durante el 2016, lo que equivale a que estas ventas se convirtieron en efectivo dentro del plazo determinado en el contrato de entrega de productos con las instituciones que acceden a este servicio, el incremento de las ventas a crédito según la figura 27, los clientes locales hicieron uso de sus créditos personales debido a las facilidades de pago, la apreciación del dólar en la ciudad de Tulcán muestra que los clientes locales gastaron su dinero en otras plazas debido al diferencial cambiario existente.

La rotación de cuentas por cobrar es un indicador que permitió mantener una estricta y constante vigilancia a la política de crédito y cobranzas, se espera que el saldo en cuentas por cobrar no supere el volumen de ventas, pues esta práctica significará un congelamiento

total de fondos en este tipo de activo, lo que estaría restando a la empresa capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo Córdoba, (2016).

Por lo general las cuentas por cobrar en Supermercado Rosita se incrementaron en el periodo 2015-2017, la falta de efectivo debido a la apreciación del dólar americano permitió que los clientes locales opten por realizar compras a crédito en Supermercado Rosita.

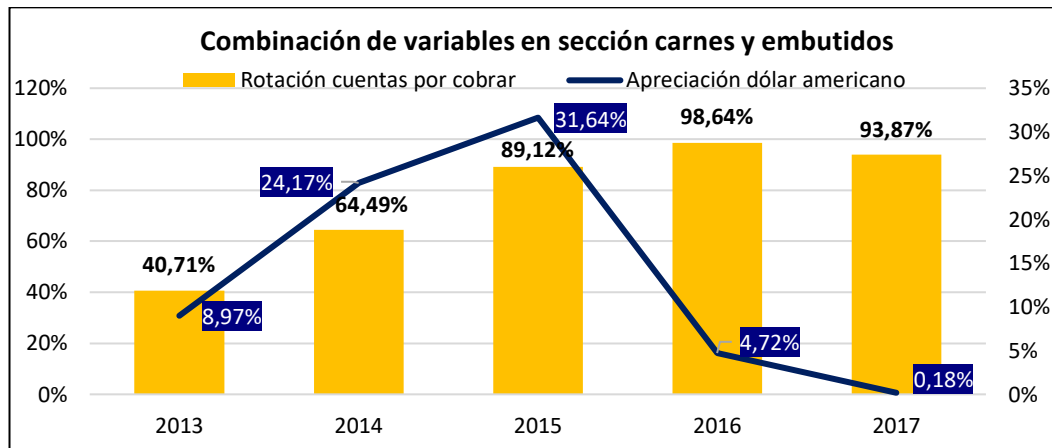


Figura 27 Combinación de variables en sección carnes y embutidos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

4.2.2. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas de productos de limpieza y aseo.

4.2.1.1. Análisis de la apreciación del dólar y margen de utilidad neta en limpieza y aseo.

El margen de utilidad neta, es un índice de rentabilidad el cual es generado por cada dólar de venta denominado como ganancias netas para la empresa, la utilidad de Supermercado Rosita en el 2015 es de 1.6%, lo que significó que la empresa tuvo mínimas utilidades en sus ventas, ver figura 29.

Su nivel de ventas fue relativamente bajo la apreciación del dólar americano en un 3.64% como indica la gráfica, cabe señalar que a mayor porcentaje de rentabilidad la empresa gozará de una excelente liquidez financiera.

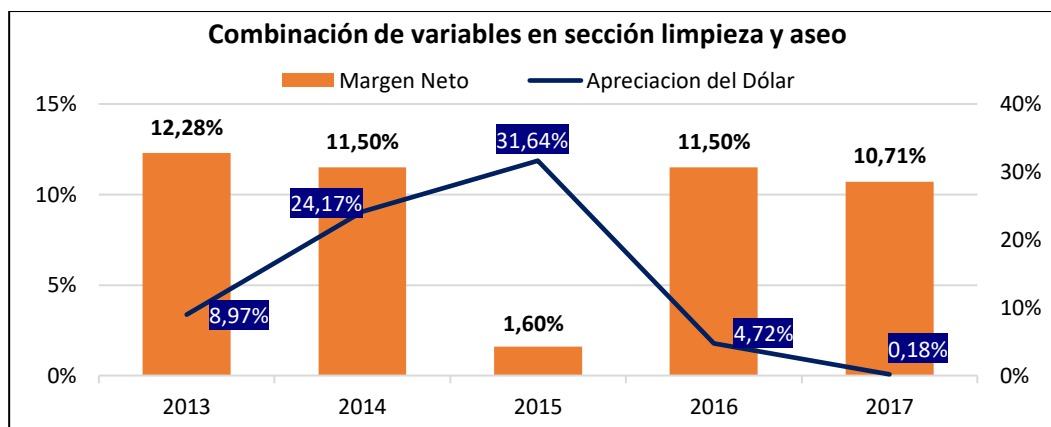


Figura 28 Combinación de variables en sección limpieza y aseo
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

La apreciación del dólar americano en su máxima apreciación de la moneda en 31.64% con relación al peso colombiano, indica la escasa afluencia de clientes en Supermercado Rosita minimizó el nivel de ventas de artículos de limpieza y aseo.

4.2.3. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en sección licores y bebidas.

4.2.3.1. Análisis de la apreciación del dólar y margen de utilidad neta en licores y bebidas.

El análisis sobre el cuadro combinado de variables en sección licores y bebidas, ver figura 29 muestra como la variable nivel de ventas mediante el cálculo del margen de utilidad neto para el 2015 mantiene un porcentaje de 15% de utilidad en sus ventas netas.

De igual manera se puede evaluar la creciente apreciación del dólar en un 31.64%, permitiendo evaluar que la apreciación del dólar incide en el nivel de ventas. En el 2015 se obtuvo el 15% las utilidades por la venta de licores y bebidas. Así mismo, en el 2017 sus utilidades disminuyeron al 10.71%.

Estas cifras permitieron conocer que las utilidades por ventas de licores y bebidas durante el periodo de investigación fueron mínimas, lo que se predice que Supermercado Rosita redujo sus utilidades para poder rotar sus inventarios, debido que los precios de ventas no mantenían una competitividad. El incremento de la apreciación del dólar hizo que los consumidores ecuatorianos opten por adquirir licores y bebidas en Colombia.

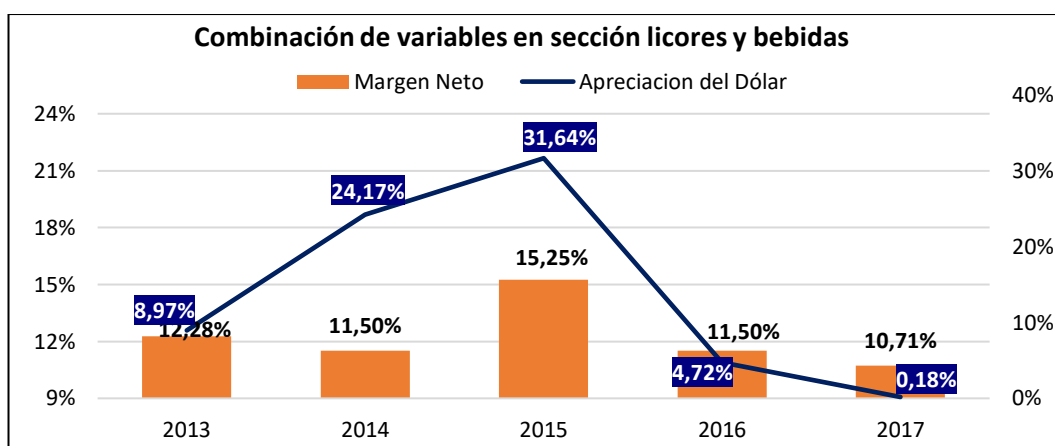


Figura 29 Combinación de variables en sección licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

Según el Banco de la Republica de Colombia; La apreciación del dólar americano se incrementó en un 31,64% en el 2015, y la devaluación del peso colombiano en 20%, afecto la el nivel de ventas de Supermercado Rosita, para 2016 la caída de las ventas y por ende el nivel de ventas en su sección de licores y bebidas fue causada debido al boom comercial en la vecina ciudad de Ipiales, lo incrementó totalmente por la presencia de compradores ecuatorianos en busca de licores y bebidas a buenos precios.

4.2.3.2. Análisis de la apreciación del dólar y volumen de compras en licores y bebidas.

Según Jaen, (2015) afirma:

Las empresas que compran poco volumen de producto a sus proveedores también tienen poco poder de negociación. Siempre existirá un menor interés por parte de los suministradores para atender las demandas de sus clientes pequeños. Por eso hay que buscar proveedores para los que nuestro volumen de compra sea significativo. De esta forma reduciremos los riesgos de ser manipulados por nuestro proveedor.

Supermercado Rosita mantiene una cartera amplia de proveedores que manejan grandes volúmenes de compras, en el 2014 la empresa realizó compras en un 90%, su amplio stock que permitió abastecerse con productos buenos y calidad y valor agregado, para el 2015 hasta el 2017 existe una disminución de compras de 20% con respecto al año de referencia ver figura 30.

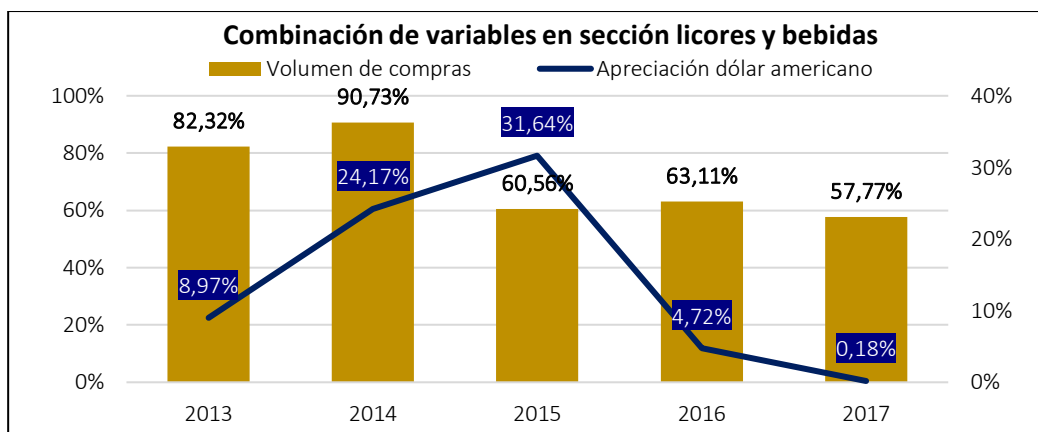


Figura 30 Combinación de variables en sección licores y bebidas
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

La apreciación del dólar americano para el 2015 mantiene una progresiva subida en su cotización en el mercado de divisas con respecto al peso colombiano, su valor adquisitivo aumenta en un 31%, lo que ocasionó baja competitividad para las empresas local con respecto a las empresas de Colombia, la disminución del nivel de ventas de Supermercado Rosita se muestra en la baja de sus volúmenes de compras hasta el 2017.

4.2.4. Incidencia de la apreciación del dólar en el nivel de ventas en sección alimentos y granos.

4.2.4.1. Análisis de la apreciación del dólar y retención de clientes en alimentos y granos.

La apreciación del dólar americano en el periodo de estudio incide en el nivel de ventas de Supermercado Rosita, para ello se debe tener en cuenta que; “Todas las empresas deben enfocarse en atraer a nuevos clientes para ayudar a aumentar los ingresos, pero también deben prestar mucha atención en mantener los clientes existentes, incluidos los clientes recién adquiridos” Chauvin, (2017), bajo este concepto, Supermercado Rosita mantiene una amplia cartera de clientes los cuales ha retenido mediante la entrega de créditos a empresas, asociaciones e instituciones de la ciudad de Tulcán, es por eso que sus clientes han frecuentado diariamente a realizar sus compras a crédito.

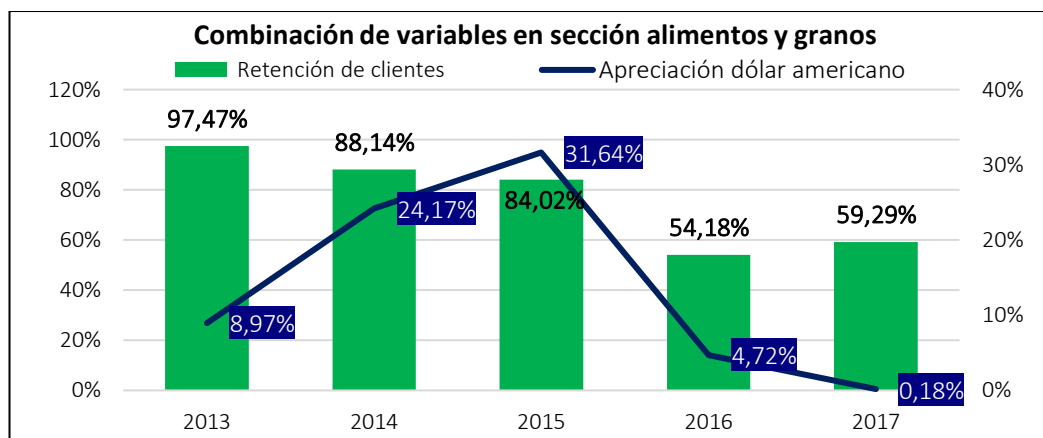


Figura 31 Combinación de variables en sección alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

La retención de clientes en Supermercado Rosita para el 2013, muestra que se aproximó al 100% de clientes frecuente lo que indica que la empresa contaba con un amplia cartera de clientes, para el 2015, la concurrencia de clientes disminuyó en un 12% debido a la crisis económica que se vive en Tulcán, su principal causa la apreciación del dólar americano, el 2017 la rotación de clientes tiene un incremento a recuperar clientes, se debe al aumento de convenios de créditos personales y con instituciones públicas.

4.2.4.2. Análisis de la apreciación del dólar y margen de contribución en alimentos y granos.

De acuerdo con Mejia, (2017);

El margen de contribución es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia. En el proceso de producción se incurren en costos fijos, costos variables y adicionalmente se espera una margen de utilidad.

Según la información obtenida el margen de contribución para el 2014 es de 18% de rentabilidad en la venta de sus productos de primera necesidad, lo que generó el bajo nivel de ventas. Para Supermercado Rosita, en el año 2015 su utilidad disminuyó a 10% en sus ventas de alimentos y granos, debido a que el dólar se apreció en 31,84%, lo que originó la masiva afluencia de compradores a ecuatorianos a Ipiales.

Es importante mencionar que el margen de contribución debe mantener porcentajes altos para obtener así una ganancia e incrementar sus utilidades. Además, se debe indicar que si el margen de contribución es negativo Supermercado Rosita atravesará una situación crítica con tendencia a cerrar el negocio.

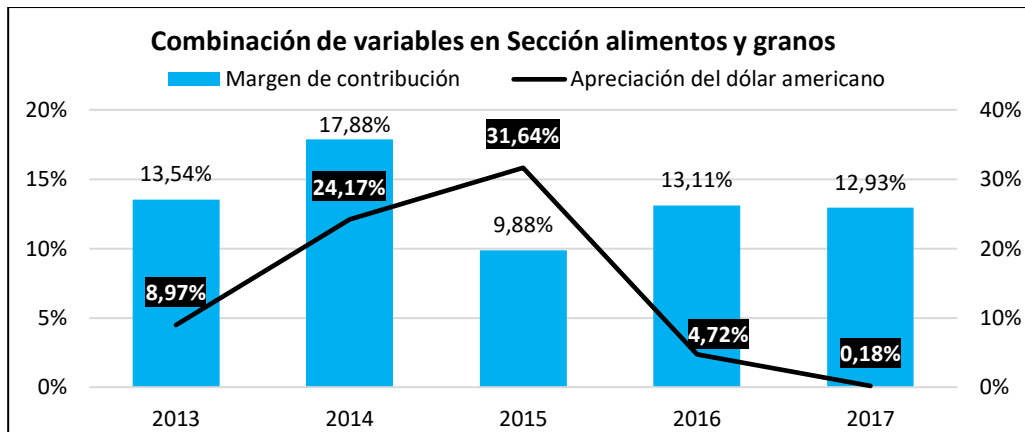


Figura 32 Combinación de variables en sección alimentos y granos
Fuente: Supermercado Rosita. 2017

4.3. RESPUESTA AL PROBLEMA PLANTEADO

En respuesta y a modo de resumen a la pregunta formulada; ¿Cómo incidió la apreciación del dólar americano en el nivel de ventas de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán?, la principal incidencia en el nivel de ventas de Supermercado Rosita es la constante apreciación del dólar americano frente a la moneda colombiana, lo que ha generado las siguientes respuestas al problema planteado:

El nivel de ventas en Supermercado Rosita presentó la disminución de sus ventas en un 38% durante el periodo 2013-2017. Este bajo nivel de ventas se debió a la máxima apreciación del dólar americano en 31,64% en el año 2015, es decir 3.149 pesos por dólar, así mismo en Colombia se registró la subida \$ 1.222,64 (61%) pesos colombianos durante el 2013 al 2015. Lo que causó el desequilibrio en la balanza comercial entre Ecuador y Colombia, permitiendo la concurrencia masiva de compradores ecuatorianos a los supermercados de la ciudad de Ipiales Colombia, en búsqueda de productos de primera necesidad a precios bajos.

Las utilidades generadas en las ventas de Supermercado Rosita durante el año 2015, disminuyeron considerablemente, los productos de aseo y limpieza no mantuvieron una rotación continua en sus inventarios, obligando al departamento de ventas revisar los precios y costos y reducir sus utilidades en un 1.60%, por lo general este un margen no rentable para la empresa, ver figura 5. Cabe señalar que las utilidades se determinan según el volumen de las ventas cuando Supermercado Rosita mantenga un alto nivel de ventas es cuando probablemente también es incrementa sus utilidades.

La reducción del margen de contribución en 9.88% en la venta de productos de la sección alimentos y granos, muestra como en el 2015, Supermercado Rosita su rentabilidad disminuyó de acuerdo con los porcentajes de los costos y gastos. El afán de rotar sus inventarios y aumentar el volumen de venta sacrificó el margen ofreciendo en descuentos sobre las ventas, lo cual implicó la disminución de su rentabilidad.

La constante apreciación de dólar y el diferencial cambiario provocaron que los clientes ecuatorianos realicen sus compras en efectivo en los supermercados de Ipiales, elevando el índice de rotación de cuentas por cobrar en el 95% por concepto de ventas a crédito a clientes en sección de alimentos y granos, ver figura 20.

Por último, la apreciación del dólar americano ha ocasionado la escasa afluencia de clientes colombianos considerados “clientes potenciales” a realizar compras a Supermercado Rosita, es así que la apreciación del dólar ha incidido en la disminución de las ventas en todas las secciones de productos durante el periodo 2013-2017.

4.4. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Mediante la obtención de información y análisis de la investigación de campo (observación directa y encuesta), e investigación histórica (datos estadísticos), se obtuvo resultados que comprueban que la variable independiente (apreciación del dólar americano) incide en el nivel de ventas de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán. Periodo 2013-2017; por lo tanto, en esta investigación planteada se acepta la idea a defender propuesta, como; “La apreciación del dólar si incide en el nivel de ventas de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcán”

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Como resultado de la investigación teórica es posible concluir que la apreciación del dólar incide en la economía ecuatoriana y en general con todos los países que están relacionados con transacciones con el dólar americano, en Colombia la devaluación de peso hace que su moneda pierda valor frente al dólar americano lo que favorece a los ecuatorianos adquirir en gran cantidad productos en Colombia
- En Supermercado Rosita se ha visto afectado por el bajo nivel de ventas, en el año 2013 las ventas netas fueron de \$ 1.108.268 anuales con una apreciación del dólar de 8.93% y un tipo de cambio de 1.926 pesos por dólar, para el 2017 sus ventas netas se redujeron a \$ 681.881 anuales con un tipo de cambio de 3.147 pesos por dólar. La disminución del nivel de ventas fue en un 38%, concluyendo que la apreciación del dólar incide en las ventas de Supermercado Rosita.
- La aplicación del margen de utilidad neta, permitió analizar las utilidades generadas en las ventas de todos los productos ofertados en Supermercado Rosita, en la sección de productos que se reportó un índice bajo de utilidad es en aseo y limpieza en el año 2015 generaron utilidades mínimas de 1.60% sobre las ventas debido a la reducción de precios por la falta de clientes y el aumento de la competencia.
- La aplicación del margen de contribución, permitió analizar la rentabilidad generada en cada sección; en el año 2015, en la sección de aseo y limpieza, se obtuvo una rentabilidad mínima de 3,60% con una apreciación del dólar de 31,64% y en el año 2016 generó una rentabilidad máxima de 29,12% en esta misma sección, con una apreciación del dólar de 4,62%, evidenciando así que el dólar mantuvo una apreciación alta lo que originó disminución del nivel de ventas en Supermercado Rosita.
- La aplicación del índice de retención de cartera de clientes, permitió analizar el comportamiento de los consumidores, los cuales en el año 2017 se registró un flujo de clientes frecuentes en un 54% con una apreciación del dólar de 4,72% tomando como referencia al año 2015 se registró el 84% de concurrencia de clientes con una apreciación máxima de 31,64%, esto predice que se redujo la concurrencia de clientes,

por lo tanto se demuestra que el nivel de ventas se vio afectado por la apreciación del dólar afectando directamente en la disminución de clientes a realizar sus compras.

- Con el índice de rotación de cuentas por cobrar, permitió analizar el nivel de ventas mediante la venta de productos a crédito entregados a clientes, en el año 2013 la rotación de cuentas por cobrar se registró en un 18% en la venta de licores y bebidas, de igual manera en el 2017 un máxima 82% lo que permitió analizar que las compras en efectivo se las realizó en otras plazas y optando por consumir a crédito en Supermercado Rosita, se evidencia la apreciación del dólar influyó en la decisión de compra de producto en Colombia a precios bajos.
- La apreciación del dólar americano con relación al peso colombiano mantendrá el diferencial cambiario debido a que el dólar es una moneda fuerte en el ámbito económico, por lo tanto, Ecuador no podrá devaluar esta moneda para mantener una equidad en la balanza comercial entre Ecuador y Colombia.
- La apreciación del dólar americano hace que las microempresas (MIPYMES) existentes en la zona fronteriza con Colombia pierdan competitividad con las empresas extranjeras debido a la escasa inversión económica y la limitada implementación de planes de protección al mercado nacional por parte del gobierno ecuatoriano.
- Supermercado Rosita no aplica estrategias gerenciales debido al mínimo asesoramiento administrativo para el mejoramiento de la competitividad de la empresa para incrementar el nivel de ventas.
- En general, el volumen de ventas de Supermercado Rosita depende exclusivamente de las compras de los clientes colombianos, debido a que los clientes locales lo realizan sus compras en mínimas cantidades.

5.2. RECOMENDACIONES

- El gerente de Supermercado Rosita debe importar productos de Colombia y aprovechar el diferencial cambiario existente, de esta manera adquirir productos de secciones como: licores y bebidas; aseo y limpieza a bajos precios lo que permitiría atraer nuevos clientes potenciales a la empresa.
- Mejorar la selección de proveedores para optimizar el manejo de pedidos de productos nuevos. Así también fidelizar al proveedor y comprometer la entrega de productos en los plazos establecidos, para asegurar a los clientes la entrega de productos solicitados, además, mantener las normas de higiene y calidad para que el consumidor cubra sus necesidades en los hogares tulcanesños.
- Capacitar al talento humano en el área de ventas y atención al cliente, mediante motivación e incentivos, promover el incremento de su nivel de ventas. Supermercado Rosita debería implementar un plan estratégico de marketing que permita cumplir las 4P, a corto, mediano y largo plazo en todas sus secciones de productos. Estas estrategias permitirán lograr sus metas y objetivos para optimizar recursos innecesarios e incrementar su nivel de ventas.
- Evaluar la posibilidad de aumentar el margen de utilidad neta para incrementar la utilidad, aumentando el precio de venta y disminuyendo los costos fijos y variables, mediante revisiones periódicas de los costos de productos. De igual manera, solicitar créditos a instituciones financieras, lo que disminuiría los pagos de los impuestos al estado.
- Solicitar a las autoridades de la provincia se aplique planes estratégicos de protección a los comerciantes del Carchi, mediante la aprobación de normativas que protejan la economía del comerciante tulcanesño.
- Tomar en cuenta esta investigación para tomar decisiones financieras para que la empresa mantenga un margen de rentabilidad que sobrepase un 40% por cada producto vendido para mejorar su capacidad económica.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, L. (09 de Abril de 2016). *Oferta monetaria*. Recuperado el 12 de Febrero de 2017, de Minmeister: <https://www.mindmeister.com/es/747586533/teor-a-cuantitativa-del-dinero>
- Arbeláez, O. (2016). *La devaluación de la moneda en Colombia y Perú y su incidencia en la balanza comercial del Ecuador con dichos países en el período 2014 – 2015*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11745/1/Oswald%20Arbelaez%2c%20Estudio%20de%20Casos%2022-04-2016.pdf>
- Aredepymes. (12 de Enero de 2005). *Ratios de circulación*. Recuperado el 2017 de Febrero de 12, de Asesores y Asesoría de empresa para ti: <https://www.aredepymes.com/?tit=ratios-de-circulacion-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bcae#m37>
- Avila, I. (2015). *Análisis de la situación comercial fronteriza Tulcán-Ipiales en el período Enero-Septiembre 2015*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/586/1/AVILA%20ALVAREZ%20IRINA%20ELIZABETH.pdf>
- Ballesteros, A. (2010). *Comercio exterior. Teoría y práctica* (Segunda ed.). Murcia, España: F.G. Graf, S.L.
- Banco Central de Ecuador. (17 de Enero de 2018). *La Dolarización*. Recuperado el 15 de Febrero de 2017, de Banco Central de Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/dolarizar.html>

Banco Central del Ecuador. (1 de Abril de 2010). *La economía Ecuatoriana, luego de 10 Años de dolarización*. Recuperado el 24 de Marzo de 2017, de Banco Central del Ecuador:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10años.pdf>

Banco Central Europeo. (10 de Julio de 2015). *¿Qué es la política monetaria?* Recuperado el 11 de Febrero de 2017, de European Central Bank:
<https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/what-is-monetary-policy.es.html>

Banco de la República de Colombia. (4 de Mayo de 2014). *¿Qu es el peso colombiano?* Recuperado el 5 de Febrero de 2018, de Banco de la República de Colombia:
<http://www.banrep.gov.co/es/node/35504>

Banco de la República-Colombia. (1 de Marzo de 2015). *Depreciación monetaria*. Recuperado el 09 de Febrero de 2017, de Banco de la República-Colombia:
<http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones/informe-sobre-inflacion/recuadro-1-comportamiento-reciente-de-la-tasa-de-cambio-de-colombia>

Baqueiro, A., de León, A. D., & Torres, A. . (2004). *¿Temor a la flotación oa la inflación? La importancia del traspaso del tipo de cambio a los precios?* *ESPE*, 68.

Beltrán, J. (2005). *Indicadores de gestión, guía práctica para estructurar acertadamente esta herramienta clave para el logro de la competitividad* (Segunda ed.). Bogota, Colombia: 3R Editores.

Calderón, Á. (10 de Noviembre de 2011). *La dolarización ecuatoriana*. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de *Díario El Telégrafo*: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cartas-al-director/1/la-dolarizacion-ecuatoriana>

Chauvin, S. (21 de Octubre de 2017). *Retención de clientes*. Recuperado el 16 de Febrero de 2017, de *mujeres de empresa*: <http://www.mujeresdeempresa.com/15-estrategias-para-aumentar-la-retencion-de-clientes/>

Córdoba, M. (2016). *Análisis financiero* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía Teorías y políticas* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Pearson Educación de Mexico, SA. de VC.

Delgado, L. (2014). *Fundamentos de gestión financiera internacional* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Centro Editorial Esumer.

El País.com. (14 de Agosto de 2017). *Devaluación del peso colombiano*. Recuperado el 21 de Febrero de 2017, de *El País*. com.co: <http://www.elpais.com.co/mundo/preocupacion-en-frontera-con-ecuador-por-devaluacion-del-peso-colombiano.html>

Eslava, J. d. (2010). *Las claves del análisis económico-financiero de la empresa* (Segunda ed.). Madrid, España: Esic Editorial.

Estupiñan, R., & Estupiñan, O. (2012). *Análisis Financiero y de Gestión* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Hernández, R., Fernández, C., & Pilar, B. (2006). *Enfoques de la investigación* (Sexta ed.). Mexico, Mexico: McGraw-Hill.

Idits. (30 de Marzo de 2010). *Indicadores de rentabilidad*. Recuperado el 8 de Febrero de 2017, de IDITS Argentina: http://www.idits.org.ar/Nuevo/Servicios/Publicaciones/SectorGrafico/2010/1er_Informe_Competitividad_SG_2010.pdf

Jaen, I. (16 de Diciembre de 2015). *Le damos a Branding*. Recuperado el 21 de Febrero de 2017, de Las fuerzas de Porter: <https://ignaciojaen.es/las-fuerzas-de-porte-gestion-de-proveedores/>

Kozikowski, Z. (2013). *Finanzas Internacionales* (Vol. 3). Mexico: McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V.

Marco, J. (18 de Octubre de 2017). *Concepto Ratios de control y KPIs empresariales*. Recuperado el 20 de Febrero de 2017, de Business School: <https://www.informacion.com/blog/logistica/logistica/ratios-control-kpis-utiles-gestionar-almacen/>

Mejia, T. (5 de Octubre de 2017). *Margen de contribucion*. Recuperado el 16 de Febrero de 2017, de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/margen-de-contribucion/>

Mora, L. (2012). *Indicadores de la gestión logística Comfanorte* (Segunda ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.

Naranjo, M. (2011). *La devaluación real del dólar y su incidencia en el comercio exterior ecuatoriano*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6889/1/TESIS%20REALPE%20FINAL%20IMPRIMIR%5b1%5d.pdf>

Noboa, G. (2011). *El análisis financiero y su aplicación en el diagnóstico de la pequeña empresa. Caso particular: Oxigenasa. Periodo 2007-2008*. Tesis, Universidad Técnica Particular de Loja, Guayaquil. Recuperado el 11 de Febrero de 2017, de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7145/1/TESIS%20Glenda%20Jacqueline%20Noboa%20Coronel.pdf>

Ojeda, M. (1 de Abril de 2016). *¿Cómo calculamos la tasa de retención de clientes?* Recuperado el 17 de Febrero de 2017, de Enred.com: <http://www.emred.com/tasa-de-retencion-de-clientes-en-tu-ecommerce/>

Ortiz Amaya, H. (2011). *Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera* (Catorceava ed.). Bogota, Colombia : Proyectos Editoriales Curcio Penen.

Paredes, P. (2004). *La Dolarización, un amor eterno* (Primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Libri mundi.

Parkin, M., & Loria, E. (2010). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica* (Novena ed.). Mexico, Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Prieto, C. (2010). *Análisis financiero* (Primera ed.). Bogota, Colombia: Fundacion para la Educacion Superior San Marcos.

Quintero, M. (12 de Julio de 2011). *Indicadores de la calidad de pedidos generados*. Recuperado el 16 de Febrero de 2017, de Proexport Colombia: <http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/4%20%20Indicadores%20Logisticos.pdf>

Ramirez, D. (2008). *Contabilidad administrativa* (Octava ed.). México, México: McGraw-Hill.

Ray, R., & Kozameh, S. (12 de Mayo de 2012). *La economía de Ecuador desde 2007*. Recuperado el 25 de Febrero de 2017, de Center for Economic and Policy Research: <http://cepr.net/documents/publications/ecuador-espanol-2012-05.pdf>

Rebels, G. (6 de Septiembre de 2016). *Indicadores para medir y mejorar la experiencia de cliente*. Recuperado el 19 de Febrero de 2017, de Good Rebels: <https://www.goodrebels.com/es/indicadores-para-medir-y-mejorar-la-experiencia-de-cliente/>

RomoLeroux, D. (2015). *Herramientas administrativas y financieras para la toma de decisiones a corto plazo y aplicación en la empresa productora de insumos plásticos bananeros INPLASBAN S.A., de la ciudad de Duran. 2014*. Tesis, Universidad Técnica Particular de Loja, Loja. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/13191/1/Romoleroux%20Z.%20Danilo.pdf>

Sainz de Vicuña, J. (2010). *El plan de marketing de la Pyme* (Segunda ed.). Madrid, España: Esic Editorial.

Salinas, P. J. (2012). *Metodología de la Investigación Científica* (Segunda ed.). Merida, Venezuela: Publicaciones Universidad de Los Andes. Mérida. Venezuela.

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F., Mexico: Mcgraw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V.

Scanprogram. (1 de Junio de 2015). *Manual de administracion financiera*. Recuperado el 5 de Febrero de 2017, de Sustainable Commodity Assistance Network: <http://scanprogram.org/wp-content/uploads/2012/08/20150914-Conceptos-de-Adminitraci%C3%B3n-Financiera.pdf>

Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigacion Cientifica* (Cuarta ed.). Mexico: Editorial Limusa S.A.

Ulloa, C., & Meza, J. (2016). *Impacto de la devaluación del peso colombiano en la aplicación de salvaguardias, como medida de sostenibilidad de la escuela económica ecuatoriana*. Tesis, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE , Quito. Recuperado el 10 de Febrero de 2017, de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11947/1/T-ESPE-053337.pdf>

Universia. (2 de Febrero de 2012). *¿Que es el Dolar americano?* Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de Universia: <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/estados-unidos/salir/moneda/4223#>

Uribe, R. (2011). *Costos para la toma de decisiones* (Primera ed.). Bogota, Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

Vásquez, R. (1 de Marzo de 2015). *Definición de ventas netas*. Recuperado el 15 de Febrero de 2017, de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/ventas-netas.html>

VII. ANEXOS

7.1 Oficio de solicitud para realizar investigación

Tulcán, 13 de noviembre del 2017

Señora:

Esperanza Ordoñez

Gerente propietaria de Supermercado Rosita Tulcán

Presente.

De mi consideración

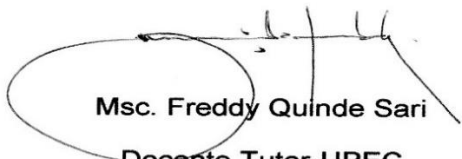
Yo; José Bolívar Ordoñez Charfuelán, con CC. 040094341-1, Estudiante de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, solicito a usted me permita realizar una investigación de campo para recopilar datos sobre el nivel de ventas de supermercado Rosita en el periodo 2013-2017, esta investigación tiene como título "Análisis de la apreciación del dólar americano y la incidencia en el nivel de ventas del Supermercado Rosita", la presentación de este informe investigativo me permitirá obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente

José Bolívar Ordoñez Charfuelán

Estudiante UPEC


Msc. Freddy Quinde Sari

Docente Tutor-UPEC

Recibido 13/11/17
SUPERMERCADO "ROSITA"
UNA EMPRESA QUE CRECE POR UD. SR. CLIENTE
RUC. 0400883427001
Av. Coral y Venezuela Telf. 2980952
TULCÁN - ECUADOR



7.2 Oficio de respuesta de Supermercado Rosita

Tulcán, 15 de noviembre del 2017

Señor:

José Bolívar Ordoñez

Estudiante UPEC

Presente.



De mi consideración

Yo; Esperanza Ordoñez, Como propietaria de Supermercado Rosita de la ciudad de Tulcan ubicado en la Av., Coral y Venezuela. ACEPTO, brindar la información física y necesaria de mis estados financieros de mi negocio, para que sea aplicada en su proyecto de investigación "Análisis de la apreciación del dólar americano y la incidencia en el nivel de ventas del Supermercado Rosita 2013-2017".

Atentamente


Esperanza Ordoñez
PROPIETARIA SUPERMERCADO "ROSITA"
UNA EMPRESA QUE CREEE POR UD. SR. CLIENTE
RUC. 04022883427001
Av. Coral y Venezuela Telf. 2980952
TULCAN • ECUADOR

7.3 Formulario de ficha de observación

	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING	
<p>OBJETIVO .- La presente ficha de observación tiene como finalidad obtener datos históricos sobre la apreciación del dólar americano. Período 2013-2017. F.Nº 002</p> <p><i>(La información obtenida es confidencial y con fines académicos)</i></p>		
FICHA DE OBSERVACION		
Dirección (URL):		
Fecha de observación		
Perteneciente a:		
Libre Acceso:		
Idioma a consultar:		
Destinatarios:		
Tipo de información		
Tipo de información encontrada		
Observaciones:		
CONTROL DE TRABAJO		
<hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p><i>Responsable</i></p>	<p><i>Supervisión:</i></p> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p><i>Msc. Freddy Quinde</i></p>	

7.4 Formulario de ficha de observación aplicada



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



OBJETIVO. - La presente ficha de observación tiene como finalidad obtener datos históricos sobre la apreciación del dólar americano. Período 2013-2017. F.N° 002

(La información obtenida es confidencial y con fines académicos)

FICHA DE OBSERVACION

Dirección (URL):	http://www.banrep.gov.co/es/trm
Fecha de observación	24 de noviembre del 2017
Perteneiente a:	BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA
Libre Acceso:	Si
Idioma a consultar:	Español
	Inglés
Destinatarios:	Disponible para toda persona
Tipo de información	Boletines, informes estadísticos cuentas financieras Encuestas Finanzas Publicas Mercado Bursátil Sectorización monetaria Tasas de cambio: Pesos Colombianos Monedas de reserva Dólar americano Países Vecinos
Tipo de información encontrada	Serie histórica o por año Serie histórica para un rango de fechas dado Promedios ponderados de compra y de venta Serie de datos promedio mes y fin de mes: (Información disponible desde 1950) Serie de datos promedio anual
Observaciones:	

CONTROL DE TRABAJO

Responsable



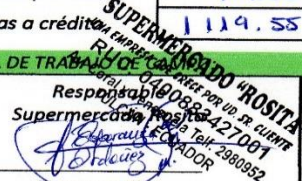

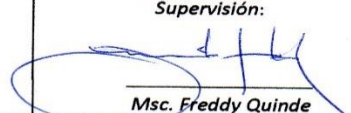
Supervisión:

Msc. Freddy Quinde


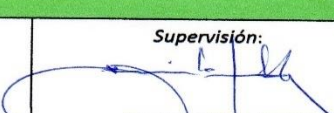
7.5 Diseño de formulario de encuesta

DATOS GENERALES			
Tipo de Retail:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	Tiempo de existencia:	
Nombre Comercial:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	Año encuestado:	
Ubicación:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	Fecha elaboración:	
SECCIÓN CARNES Y EMBUTIDOS			
01. Ventas netas	<input style="width: 95%;" type="text"/>	08. Pedidos generados correctamente	<input style="width: 95%;" type="text"/>
02. Costo fijo	<input style="width: 95%;" type="text"/>	09. Total pedidos generados cada año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
03. Costo variable	<input style="width: 95%;" type="text"/>	10. Total compras año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
04. Venta real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	11. Total ventas año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
05. Costo real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	12. Total clientes locales que se repiten	<input style="width: 95%;" type="text"/>
06. Cuentas por cobrar	<input style="width: 95%;" type="text"/>	13. Total clientes activos al año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
07. Ventas a crédito	<input style="width: 95%;" type="text"/>		
SECCIÓN ASEO Y LIMPIEZA			
01. Ventas netas	<input style="width: 95%;" type="text"/>	08. Pedidos generados correctamente	<input style="width: 95%;" type="text"/>
02. Costo fijo	<input style="width: 95%;" type="text"/>	09. Total pedidos generados cada año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
03. Costo variable	<input style="width: 95%;" type="text"/>	10. Total compras año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
04. Venta real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	11. Total ventas año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
05. Costo real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	12. Total clientes locales que se repiten	<input style="width: 95%;" type="text"/>
06. Cuentas por cobrar	<input style="width: 95%;" type="text"/>	13. Total clientes activos al año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
07. Ventas a crédito	<input style="width: 95%;" type="text"/>		
SECCIÓN ALIMENTOS Y GRANOS			
01. Ventas netas	<input style="width: 95%;" type="text"/>	08. Pedidos generados correctamente	<input style="width: 95%;" type="text"/>
02. Costo fijo	<input style="width: 95%;" type="text"/>	09. Total pedidos generados cada año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
03. Costo variable	<input style="width: 95%;" type="text"/>	10. Total compras año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
04. Venta real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	11. Total ventas año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
05. Costo real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	12. Total clientes locales que se repiten	<input style="width: 95%;" type="text"/>
06. Cuentas por cobrar	<input style="width: 95%;" type="text"/>	13. Total clientes activos al año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
07. Ventas a crédito	<input style="width: 95%;" type="text"/>		
SECCIÓN LICORES Y BEBIDAS			
01. Ventas netas	<input style="width: 95%;" type="text"/>	08. Pedidos generados correctamente	<input style="width: 95%;" type="text"/>
02. Costo fijo	<input style="width: 95%;" type="text"/>	09. Total pedidos generados cada año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
03. Costo variable	<input style="width: 95%;" type="text"/>	10. Total compras año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
04. Venta real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	11. Total ventas año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
05. Costo real producto	<input style="width: 95%;" type="text"/>	12. Total clientes locales que se repiten	<input style="width: 95%;" type="text"/>
06. Cuentas por cobrar	<input style="width: 95%;" type="text"/>	13. Total clientes activos al año	<input style="width: 95%;" type="text"/>
07. Ventas a crédito	<input style="width: 95%;" type="text"/>		
CONTROL DE TRABAJO DE CAMPO:			
Responsable Supermercado Rosita:	Digitalización:	Supervisión:	
_____	_____	_____	
Firma y Sello	Responsable	Msc. Freddy Quinde	




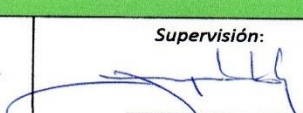
7.7 Formulario de encuesta aplicada año 2014

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		ANÁLISIS DE LA APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y EL NIVEL DE VENTAS EN SUPERMERCADO ROSITA DE LA CIUDAD DE TULCÁN	
			
OBJETIVO. - La presente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de ventas del Supermercado Rosita. Periodo 2013-2017. (La información obtenida es confidencial y con fines académicos)			
		F.Nº 001	
DATOS GENERALES			
Tipo de Retail:	Supermercado	Tiempo de existencia:	19 años
Nombre Comercial:	Rosita	Año encuestado:	2014
Ubicación:	Av. Coval y Venezuela	Fecha elaboración:	24 11 17
SECCIÓN CARNES Y EMBUTIDOS			
01. Ventas netas	42.696,84	08. Pedidos generados correctamente	283
02. Costo fijo	6.720,00	09. Total pedidos generados cada año	334
03. Costo variable	31.064,81	10. Total compras año	31.064,81
04. Venta real producto	42.696,84	11. Total ventas año	42.696,84
05. Costo real producto	31.064,81	12. Total clientes locales que se repiten	19.430
06. Cuentas por cobrar	748,42	13. Total clientes activos al año	20.796
07. Ventas a crédito	1.160,54		
SECCIÓN ASEO Y LIMPIEZA			
01. Ventas netas	381.671,52	08. Pedidos generados correctamente	298
02. Costo fijo	6.720,00	09. Total pedidos generados cada año	389
03. Costo variable	331.042,41	10. Total compras año	331.042,41
04. Venta real producto	381.671,52	11. Total ventas año	381.671,52
05. Costo real producto	331.042,41	12. Total clientes locales que se repiten	24.288
06. Cuentas por cobrar	752,53	13. Total clientes activos al año	27.261
07. Ventas a crédito	1.202,21		
SECCIÓN ALIMENTOS Y GRANOS			
01. Ventas netas	438.244,24	08. Pedidos generados correctamente	314
02. Costo fijo	6.720,00	09. Total pedidos generados cada año	433
03. Costo variable	381.106,76	10. Total compras año	381.106,76
04. Venta real producto	438.244,24	11. Total ventas año	438.244,24
05. Costo real producto	381.106,76	12. Total clientes locales que se repiten	38.861
06. Cuentas por cobrar	1.160,51	13. Total clientes activos al año	44.091
07. Ventas a crédito	1.303,01		
SECCIÓN LICORES Y BEBIDAS			
01. Ventas netas	105.378,52	08. Pedidos generados correctamente	187
02. Costo fijo	6.720,00	09. Total pedidos generados cada año	222
03. Costo variable	86.535,33	10. Total compras año	86.535,33
04. Venta real producto	105.378,52	11. Total ventas año	95.378,52
05. Costo real producto	86.535,33	12. Total clientes locales que se repiten	14.573
06. Cuentas por cobrar	709,66	13. Total clientes activos al año	15.027
07. Ventas a crédito	1.119,55		
CONTROL DE TRABAJO			
		Digitalización:  Responsable	Supervisión:  Msc. Freddy Quinde

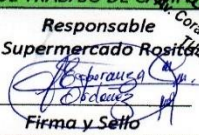


7.8 Formulario de encuesta aplicada año 2015

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		UPEC	
ANÁLISIS DE LA APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y EL NIVEL DE VENTAS EN SUPERMERCADO ROSITA DE LA CIUDAD DE TULCÁN OBJETIVO.- La presente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de ventas del Supermercado Rosita. Periodo 2013-2017. (La información obtenida es confidencial y con fines académicos) F.Nº 001			
DATOS GENERALES			
Tipo de Retail:	Supermercado	Tiempo de existencia:	19 años
Nombre Comercial:	Rosita	Año encuestado:	2015
Ubicación:	Av. Coral y Venezuela.	Fecha elaboración:	27 / 11 / 17
SECCIÓN CARNES Y EMBUTIDOS			
01. Ventas netas	31.462,29	08. Pedidos generados correctamente	251
02. Costo fijo	6.018,00	09. Total pedidos generados cada año	316
03. Costo variable	23.038,63	10. Total compras año	19.520,63
04. Venta real producto	31.462,29	11. Total ventas año	31.462,29
05. Costo real producto	23.038,63	12. Total clientes locales que se repiten	3.062
06. Cuentas por cobrar	818,95	13. Total clientes activos al año	4.435
07. Ventas a crédito	918,95		
SECCIÓN ASEO Y LIMPIEZA			
01. Ventas netas	300.927,89	08. Pedidos generados correctamente	264
02. Costo fijo	6.018,00	09. Total pedidos generados cada año	333
03. Costo variable	290.103,80	10. Total compras año	217.577,85
04. Venta real producto	300.927,89	11. Total ventas año	300.927,89
05. Costo real producto	290.103,80	12. Total clientes locales que se repiten	10.736
06. Cuentas por cobrar	688,95	13. Total clientes activos al año	14.797
07. Ventas a crédito	810,02		
SECCIÓN ALIMENTOS Y GRANOS			
01. Ventas netas	371.809,94	08. Pedidos generados correctamente	278
02. Costo fijo	6.018,00	09. Total pedidos generados cada año	350
03. Costo variable	335.092,04	10. Total compras año	270.117,69
04. Venta real producto	371.809,94	11. Total ventas año	371.809,94
05. Costo real producto	335.092,04	12. Total clientes locales que se repiten	20.800
06. Cuentas por cobrar	696,62	13. Total clientes activos al año	24.756
07. Ventas a crédito	736,60		
SECCIÓN LICORES Y BEBIDAS			
01. Ventas netas	86.970,28	08. Pedidos generados correctamente	188
02. Costo fijo	6.018,00	09. Total pedidos generados cada año	283
03. Costo variable	67.685,63	10. Total compras año	52.666,19
04. Venta real producto	86.970,28	11. Total ventas año	86.970,28
05. Costo real producto	67.685,63	12. Total clientes locales que se repiten	4.772
06. Cuentas por cobrar	502,60	13. Total clientes activos al año	6.990
07. Ventas a crédito	544,03		
CONTROL DE TRABAJO			
Responsable: Supermercado ROSITA Esperanza Osorio Firma y Sello	Digitalización:  Responsable	Supervisión:  Msc. Freddy Quinde	

7.9 Formulario de encuesta aplicada año 2016

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		ANÁLISIS DE LA APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y EL NIVEL DE VENTAS EN SUPERMERCADO ROSITA DE LA CIUDAD DE TULCÁN	
			
OBJETIVO.- La presente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de ventas del Supermercado Rosita. Periodo 2013-2017. (La información obtenida es confidencial y con fines académicos) F.Nº 001			
DATOS GENERALES			
Tipo de Retail:	Supermercado I	Tiempo de existencia:	19 años
Nombre Comercial:	Rosita	Año encuestado:	2016
Ubicación:	A.V. Coral y Venezuela.	Fecha elaboración:	27 11 17
SECCIÓN CARNES Y EMBUTIDOS			
01. Ventas netas	29.426,94	08. Pedidos generados correctamente	177
02. Costo fijo	5.166,00	09. Total pedidos generados cada año	211
03. Costo variable	20.875,54	10. Total compras año	16.243,26
04. Venta real producto	29.426,94	11. Total ventas año	27.426,94
05. Costo real producto	20.875,54	12. Total clientes locales que se repiten	8.065
06. Cuentas por cobrar	460,66	13. Total clientes activos al año	11.895
07. Ventas a crédito	467,01		
SECCIÓN ASEO Y LIMPIEZA			
01. Ventas netas	294.954,30	08. Pedidos generados correctamente	186
02. Costo fijo	5.166,00	09. Total pedidos generados cada año	222
03. Costo variable	255.855,50	10. Total compras año	208.291,96
04. Venta real producto	294.954,30	11. Total ventas año	274.954,30
05. Costo real producto	255.855,50	12. Total clientes locales que se repiten	12.158
06. Cuentas por cobrar	760,66	13. Total clientes activos al año	15.945
07. Ventas a crédito	788,85		
SECCIÓN ALIMENTOS Y GRANOS			
01. Ventas netas	322.559,26	08. Pedidos generados correctamente	196
02. Costo fijo	5.166,00	09. Total pedidos generados cada año	233
03. Costo variable	280.284,67	10. Total compras año	228.179,75
04. Venta real producto	322.559,26	11. Total ventas año	347.559,26
05. Costo real producto	280.284,67	12. Total clientes locales que se repiten	3.486
06. Cuentas por cobrar	560,66	13. Total clientes activos al año	6.435
07. Ventas a crédito	632,32		
SECCIÓN LICORES Y BEBIDAS			
01. Ventas netas	69.920,76	08. Pedidos generados correctamente	111
02. Costo fijo	5.166,00	09. Total pedidos generados cada año	149
03. Costo variable	56.710,78	10. Total compras año	44.126,66
04. Venta real producto	69.920,76	11. Total ventas año	69.920,76
05. Costo real producto	56.710,78	12. Total clientes locales que se repiten	3.951
06. Cuentas por cobrar	811,98	13. Total clientes activos al año	6.435
07. Ventas a crédito	860,66		
CONTROL DE TRABAJOS			
Responsables: Supermercado "ROSITA" Calle: 0400833427007 Av. Venezuela Tel: 2980952 TULCÁN - ECUADOR		Digitalización:  Responsable	Supervisión:  Msc. Freddy Quinde

7.10 Formulario de encuesta aplicada año 2017

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		UPEC	
<p>ANÁLISIS DE LA APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y EL NIVEL DE VENTAS EN SUPERMERCADO ROSITA DE LA CIUDAD DE TULCÁN OBJETIVO.- La presente encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de ventas del Supermercado Rosita. Período 2013-2017. (La información obtenida es confidencial y con fines académicos) F.Nº 001</p>			
DATOS GENERALES			
Tipo de Retail:	Supermercado	Tiempo de existencia:	19 años
Nombre Comercial:	Rosita	Año encuestado:	2017
Ubicación:	Av. Coral y Venezuela.	Fecha elaboración:	28 11 17
SECCIÓN CARNES Y EMBUTIDOS			
01. Ventas netas	68.273,63	08. Pedidos generados correctamente	145
02. Costo fijo	5.328,00	09. Total pedidos generados cada año	219
03. Costo variable	55.630,60	10. Total compras año	38.006,83
04. Venta real producto	68.273,63	11. Total ventas año	67.673,63
05. Costo real producto	55.630,60	12. Total clientes locales que se repiten	3.464
06. Cuentas por cobrar	476,52	13. Total clientes activos al año	5.105
07. Ventas a crédito	507,65		
SECCIÓN ASEO Y LIMPIEZA			
01. Ventas netas	240.112,56	08. Pedidos generados correctamente	160
02. Costo fijo	5.328,00	09. Total pedidos generados cada año	241
03. Costo variable	209.058,21	10. Total compras año	162.668,19
04. Venta real producto	240.112,56	11. Total ventas año	233.112,56
05. Costo real producto	209.058,21	12. Total clientes locales que se repiten	7.395
06. Cuentas por cobrar	717,15	13. Total clientes activos al año	9.945
07. Ventas a crédito	813,59		
SECCIÓN ALIMENTOS Y GRANOS			
01. Ventas netas	295.009,83	08. Pedidos generados correctamente	150
02. Costo fijo	5.328,00	09. Total pedidos generados cada año	240
03. Costo variable	258.073,63	10. Total compras año	208.033,15
04. Venta real producto	295.009,83	11. Total ventas año	295.009,83
05. Costo real producto	258.073,63	12. Total clientes locales que se repiten	4.671
06. Cuentas por cobrar	374,56	13. Total clientes activos al año	7.878
07. Ventas a crédito	428,90		
SECCIÓN LICORES Y BEBIDAS			
01. Ventas netas	78.485,68	08. Pedidos generados correctamente	222
02. Costo fijo	5.328,00	09. Total pedidos generados cada año	339
03. Costo variable	64.748,50	10. Total compras año	42.455,59
04. Venta real producto	78.485,68	11. Total ventas año	73.485,68
05. Costo real producto	64.748,50	12. Total clientes locales que se repiten	9.739
06. Cuentas por cobrar	225,91	13. Total clientes activos al año	15.995
07. Ventas a crédito	276,52		
CONTROL DE TRABAJO DE CAMPO			
Responsable Supermercado Rosita  Firma y Sello	Digitalización:  Responsable	Supervisión:  Msc. Freddy Quinde	SUPERMERCADO "ROSITA" Una empresa que camina por un gran futuro C.A. 0400833427001 Av. Coral y Venezuela Telf. 2980952 TULCÁN - ECUADOR

Acta de sustentación de predefensa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: JOSE BOLIVAR ORDOÑEZ CHARFUELAN
NIVEL/PARALELO: Décimo "A"

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0400943411
PERIODO ACADÉMICO: tubre 2017-Febrero 20

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

ANÁLISIS DE LA APRECIACIÓN DEL DÓLAR AMERICANO Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE VENTAS DEL SUPERMERCADO ROSITA DE LA CIUDAD DE TULCÁN, PERÍODO 2013-2017

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. ROBERTH PATRICIO PEREZ QUIROZ
LECTOR: MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS
ASESOR: MSC. FREDDY RICHARD QUINDE SARI

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 109
FECHA: lunes, 26 de marzo de 2018
HORA: 18H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 4,75
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA 7,00

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES**

; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 25.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 15 días para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 26 de marzo de 2018


MSC. ROBERTH PATRICIO PEREZ QUIROZ
PRESIDENTE


MSC. FREDDY RICHARD QUINDE SARI
TUTOR


MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones